

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM**  
**COMÉRCIO EXTERIOR**

**LUIZ FELIPE DAMIANI VIEIRA**

**A ATUAÇÃO DA COOPERJA NA VISÃO DOS MICRO E PEQUENOS**  
**PRODUTORES DE ARROZ NA REGIÃO DE JACINTO MACHADO – SC**

**CRICIÚMA**

**2015**

**LUIZ FELIPE DAMIANI VIEIRA**

**A ATUAÇÃO DA COOPERJA NA VISÃO DOS MICRO E PEQUENOS  
PRODUTORES DE ARROZ NA REGIÃO DE JACINTO MACHADO – SC**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientador (a): Melissa Watanabe

**CRICIÚMA**

**2015**

**LUIZ FELIPE DAMIANI VIEIRA**

**A ATUAÇÃO DA COOPERJA NA VISÃO DOS MICRO E PEQUENOS  
PRODUTORES DE ARROZ NA REGIÃO DE JACINTO MACHADO – SC**

Monografia apresentada para a obtenção do  
Grau de Bacharel em Administração com Linha  
de Formação Específica em Comércio Exterior  
da Universidade do Extremo Sul Catarinense,  
UNESC.

Criciúma, 08 de Junho de 2015.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>. . Melissa Watanabe – Doutora – Orientadora – (UNESC)

---

Prof<sup>a</sup> Gisele Silveira Coelho Lopes – Mestra – (UNESC)

---

Prof<sup>a</sup> Cristina Keiko Yamaguchi – Doutora - (UNESC)

## **DEDICATÓRIA**

À minha família, base de tudo e quem há de me acompanhar por muitas outras conquistas.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente minha mãe, Maria Andreia Damiani, a mulher batalhadora que me criou e transformou no homem que sou hoje, reconheço que nunca foi fácil, especialmente todos as lutas e dificuldades que enfrentamos, porém sempre estive ao meu lado e sacrificou muito para criar seus filhos. Reconheço que não seria nada sem o auxílio e carinho passado ao longo dos anos.

Agradeço a minha irmã, Bárbara Damiani Vieira, que sempre me incentivou no do seu próprio jeito e tenho certeza que ainda me orgulharei muito dela e compartilharemos muitas vitórias.

Agradeço minha namorada e colega de sala, Suelyn Feltrin, foi uma longa e dura caminhada até o presente momento e sem sua presença ao meu lado não teria sido tão gratificante.

Agradeço à todos meus colegas de classe e amigos que tornaram este processo de aprendizado mais gratificante.

Agradeço minha orientadora, Profa. Dra. Melissa Watanabe, a quem me guiou orientou os melhores meios para concretizar um trabalho árduo, porém gratificante.

Agradeço à toda a instituição UNESC, todo os professores em que tive o prazer, orgulho e sorte de ter sugado o máximo de conhecimento possível.

Por fim, gostaria de agradecer aos associados entrevistados pela pronta colaboração para responder os questionários aplicados e à COOPERJA pelo pronto fornecimento da lista de associados, o que tornou esta pesquisa viável.

## RESUMO

VIEIRA, Luiz. **A atuação da COOPERJA na visão dos micro e pequenos produtores de arroz em Jacinto Machado**. 2015. 60 páginas. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Jacinto Machado é uma cidade onde sua população reside por maioria no meio rural e boa parte do seu faturamento vem do campo. A COOPERJA vem a 45 anos atuando na região e alavancando a economia comprando, comercializando e enriquecendo os bens produzidos pelos associados da região. O presente estudo teve como objetivo conhecer a opinião dos associados de micro e pequeno porte sobre a atuação da cooperativa na cidade de Jacinto Machado. Em relação à metodologia aplicada, esta pesquisa pode-se caracterizar como uma pesquisa descritiva e exploratória, quanto aos meios de investigação, o presente trabalho se caracteriza como uma pesquisa de campo e um estudo de caso. Referente ao público alvo, foi delimitado pelos micro e pequenos produtores de arroz de Jacinto Machado que são associados à COOPERJA. Quanto à coleta de dados, o presente trabalho caracteriza-se por dados primários e o plano de análise de dados enquadra-se como quanti-qualitativo. A pesquisa foi aplicada via entrevista com os associados. Pode-se verificar que referente ao perfil dos associados, existe basicamente uma equivalência de dados, onde os associados já possuem idade mais avançada e uma renda mensal considerável. Nota-se também que os associados permanecem sócios por anos e as vantagens de ser sócios, são maiores que as vantagens de serem produtores individuais. Os associados da cooperativa acreditam que as vantagens são inúmeras e traduzem tais valores em índices de satisfação, seja ele em preço praticado ou em serviço prestado, a COOPERJA possui um índice de satisfação do associado relativamente alto.

**Palavras-chave: COOPERJA. Satisfação. Cooperado. Jacinto Machado.**

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Processo de configuração de uma cooperativa. ....	17
Figura 2 - Evolução do número de cooperados do Sistema OCB de 2001 a 2011.....	25
Figura 3 - Evolução do número de cooperativas do Sistema OCB de 2001 a 2011.....	26
Figura 4- Número de entrevistados por bairro.....	36
Figura 5: Idade dos entrevistados. ....	38
Figura 6: Estados civil dos associados. ....	39
Figura 7: Renda familiar mensal .....	41
Figura 8: Associação a outras cooperativas. ....	42
Figura 9: Produtos cultivados além do arroz.....	43
Figura 10: Satisfação do cooperado mediante preço praticado pela COOPERJA.....	46
Figura 11: Satisfação do cooperado mediante serviços prestados pela COOPERJA. ....	47

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Divisão de Níveis do Cooperativismo.....	18
Quadro 2: Número de cooperativas por ramo. ....	22
Quadro 3 - Técnica de coleta dos dados primários. ....	33
Quadro 4: Pontos positivos e negativos em serem associados à COOPERJA. ....	48



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição de sexo, idade, estado civil e número de pessoas por residência. ....	36
Tabela 2: Moradores por Residência .....	39
Tabela 3: Tempo de Associação x Renda Familiar Mensal .....	40
Tabela 4: Variedade de Plantio x Produtividade (Arroz) .....	43
Tabela 5: Frequência de participação dos associados nas reuniões. ....	44
Tabela 6: Opinião dos cooperados perante o tratamento igualitário para todos os associados.....	48
Tabela 7: Melhora na qualidade de vida antes e depois de associarem-se.....	48

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	11
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo geral	13
1.2.2 Objetivos específicos	13
1.3 JUSTIFICATIVA	13
<b>2.0 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	15
2.1 CONCEITO DE COOPERATIVISMO	15
2.2 COOPERATIVA E SUAS MODALIDADES	16
2.2.1 Cooperativa de Crédito	19
2.2.2 Cooperativa de Produção	20
2.2.3 Cooperativa Agropecuária	20
2.3 PRÍNCÍPIOS DA COOPERATIVA	22
2.4 PANORAMA DO COOPERATIVISMO	24
2.5 PANORAMA DO COOPERATIVISMO EM SANTA CATARINA	27
2.6 SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR	27
<b>3.0 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	31
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA	31
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E OU POPULAÇÃO ALVO	32
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	32
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS	33
<b>4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA</b>	35
4.1 PERFIL DOS COOPERADOS	35
4.2 SATISFAÇÃO DOS COOPERADOS	45
<b>CONCLUSÃO</b>	51
<b>REFERÊNCIAS</b>	54
<b>APÊNDICES</b>	57

## 1 INTRODUÇÃO

Demonstrando que a união faz a força, surgiram as cooperativas, que possuem o propósito da “[...] união de trabalhadores ou profissionais diversos, que se associam por iniciativa própria, sendo livre o ingresso de pessoas, desde que os interesses individuais em produzir, comercializar ou prestar um serviço não sejam conflitantes com os objetivos gerais da cooperativa.” (CRÚZIO, 2000, p.13).

Assim segundo a SESCOOP (2012), a primeira cooperativa registrada formalmente no mundo teve sua criação em Manchester, Inglaterra, no dia 21 de dezembro de 1844. Esta cooperativa era formada por 28 tecelões que buscavam em reuniões definir princípios de um sistema socioeconômico para juntos terem mais força perante o capitalismo ganancioso estabelecido na época, o qual explorava de forma inaceitável, para os padrões atuais, homens, mulheres e crianças.

No Brasil segundo o Portal Baiano das Cooperativas (2011), a primeira cooperativa formal é datada de 1889 na cidade de Ouro Preto no estado de Minas Gerais, a partir do Movimento Cooperativista Brasileiro, o qual surgiu no fim do século 19. A partir daí, o movimento foi se espalhando pelo país e tomando diversos ramos, criando força e conquistando melhorias para o povo trabalhador.

No estado de Santa Catarina, de acordo com Pinho (2004, p.16)“ as primeiras cooperativas iniciaram seus serviços *fourieristas* de cooperação integral no ano de 1840, já as cooperativas de consumo, que iniciaram no Brasil em 1889”,segundo também Pinho (2004, p.20) “em 1892 se implantado na cidade de Antônio Prado a *Società Cooperativa dele Convenzioni Agricoli*, o que deu inicio a uma série seguinte de outras várias empresas do ramo”.

O cooperativismo na atualidade destaca-se uma questão importante para o desenvolvimento de toda sociedade, chegando ao fato de no ano de 2012 segundo informações repassadas pelo Ministério da Agricultura do Brasil (2014), ser considerado pela Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas – ONU o Ano Internacional das Cooperativas, por acreditar que este movimento merecia ser universal por permitir uma convivência equilibrada entre o meio econômico e social.

## 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

Nos tempos globalizados atuais, manter-se competitivo é uma tarefa árdua e muitas vezes, algo inapto de se realizar. Para micro e pequenos produtores competir com grandes empreendedores que já estão a anos nas mesas dos consumidores brasileiros, é algo difícil, pois já adquiriram ao longo do tempo a confiança dos mesmos. Esta é a situação que os micro e pequenos empreendedores da região de Jacinto Machado – SC enfrentam: buscar tornarem-se competitivos e sucedidos num nível mais que regional.

Assim surgiu no município de Jacinto Machado, a Cooperja - Cooperativa Agropecuária de Jacinto Machado, que possuía como intuito realizar este auxílio e suporte para os micro e pequenos empreendedores da localidade.

Fundada em 30 de agosto de 1969, atuais 45 anos de existência, iniciou pela reunião de 117 agricultores que necessitavam resolver problemas referentes à armazenagem, aquisição de insumos e comercialização dos produtos agrícolas da região. Contavam com o armazenando de 42 mil sacas de arroz e cerca de 100 associados, com o passar dos anos foi se estabelecendo na região, ganhando prestígio e uma cartela de associados. Atualmente além da matriz possui oito filiais espalhadas entre Santa Catarina e Rio Grande do Sul, e está entre as 100 empresas líderes do mercado catarinense e entre as 500 maiores do agronegócio brasileiro, ganhando inúmeros prêmios de destaque. (COOPERJA 2014).

Realizando uma análise da representatividade deste segmento de auxílio aos agricultores, destaca-se que em geral o mesmo enfrenta grandes desafios para sua continuidade, como orienta o superintendente adjunto do Sindicato e Organização das Cooperativas do Estado do Paraná (Ocepar-PR) Nelson Costa (2013), “O grande desafio de uma cooperativa agrícola, por exemplo, é profissionalizar sua gestão para torná-la competitiva, e isso se faz com pessoas capazes e comprometidas. Só assim a instituição terá condições de competir com empresas capitalistas”. Ainda segundo estudos de Simoni et. al.(2009) há uma relação oportunista, no sentido do desvio comportamental dos associados que muitas vezes descontentes buscam por um novo seguimento de auxílio, e na tentativa de trazê-los novamente, as associações se desviam da autoimagem que estão inseridas, como a situação de ajuda mútua, comprometendo todo um sistema.

Neste sentido, o estudo analisará o caso Cooperja indagando a seguinte questão: **“Qual a opinião dos micro e pequeno produtores de arroz associados da cooperativa na cidade de Jacinto Machado, SC?”**.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

Conhecer a opinião dos associados micro e pequeno produtores de arroz sobre a atuação da cooperativa na cidade de Jacinto Machado, SC

### 1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar quem são os produtores de arroz associados à Cooperja que vivem em Jacinto Machado e região;
- b) Realizar entrevista com os associados e definir o perfil do cooperado;
- c) Definir o nível de satisfação dos associados perante a cooperativa;
- d) Identificar pontos fortes e fracos de serem associados à cooperativa;

## 1.3 JUSTIFICATIVA

O devido trabalho propõe realizar um estudo sobre a importância do auxílio da Cooperja aos micro e pequenos produtores da região de Jacinto Machado, na visão dos mesmos, indagando como eles o interpretam e se possuem dúvidas ou aspectos negativos sobre essa “ajuda de inserção no mercado”. Tornando-se importante pelo fato de conscientizar esses produtores da real importância da cooperativa nesta região, destacando o que seria realmente de sua necessidade.

Sendo relevante pelo fato dos mesmos muitas vezes estarem inseridos neste contexto sem ao menos buscarem por outras formas de ingresso no mercado, de tal maneira estaria não só lhes dando um novo rumo na forma de realizar tais negócios como de certa forma incentivando a economia de toda uma região, pois movimentaria a forma de negociar diretamente com os compradores.

Torna-se oportuno pela quantidade existente na cidade, cerca de 1.220 associados segundo dados da própria cooperativa no ano de 2013, destacando o

fato de alguns familiares do pesquisador serem associados e, lhes dar essa visualização do contexto em que eles estão inseridos é de suma importância.

E viável de maneira em que há informações disponíveis na própria cooperativa, e que a cidade em que será realizada a pesquisa já foi residência do acadêmico, sendo assim conhece as localidades em que a mesma será realizada. Além da existência de várias pesquisa já feitas sobre o tema, pois o mesmo está em crescente junto aos meios nacionais e nada melhor que conhecê-lo de uma forma mais ampla para inseri-lo na vida do acadêmico realizando uma pesquisa que irá beneficiar além de sua família toda uma cidade.

## 2.0 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao olhar o histórico da sobrevivência humana, é simples observar que o ser humano precisa de convívio de seus iguais para viver. A arte de cooperar vem desde os primórdios da existência auxiliando na ordem e na prosperidade local. Ao longo desta fundamentação serão analisados os conceitos abordados por autores a cerca do presente assunto cooperativismo.

### 2.1 CONCEITO DE COOPERATIVISMO

Antes de se descrever um assunto, é necessário conceituá-lo para se ter propriedade sobre o será pesquisado. Com isso, o cooperativismo desde há muito tempo não apenas como um método para crescer na vida, mas como um modo para sobreviver (VEIGA, FONSECA 2001).

O significado do cooperativismo vem da palavra cooperação, considerado uma doutrina cultural e socioeconômica que consagra os princípios da liberdade humana, apoiada por um sistema de educação e participação permanentes (OCB/AP 2009). De acordo com a lei nº 5.764/71, cooperativismo é atividade decorrente das iniciativas ligadas ao sistema cooperativo, originárias de setor público ou privado, isoladas ou coordenadas entre si, desde que reconhecido seu interesse público. Em outras palavras, cooperativismo é um grupo de pessoas, sejam elas jurídicas ou físicas, associadas a um projeto que visa o benefício geral dos partidários.

Na visão de Crúzio (2000 p. 13):

“cooperativa é a união de trabalhadores ou profissionais diversos, que se associam por iniciativa própria, sendo livre o ingresso de pessoas, desde que os interesses individuais em produzir, comercializar ou prestar um serviço não sejam conflitantes com os objetivos gerais da cooperativa”.

Para Veiga e Fonseca (2001) o cooperativismo é um sistema que advém de uma cooperação econômica em conjunto com o capitalismo, porém propõe uma maneira adversa de forma a unir forças para superar ou atingir algum resultado.

Analisando as ideias de Crúzio (2000) e Veiga e Fonseca (2001) é possível notar que ambos concordam com o pressuposto idealizado por Rech (2000, p. 8) que “[...] as cooperativas se tornaram, em muitos casos, com outras organizações, a base organizativa de uma caminhada em busca de uma sociedade mais justa, mais igualitária”.

## 2.2 COOPERATIVA E SUAS MODALIDADES

Cooperativa é uma instituição que reúne pessoas com o objetivo de produzir bens ou serviços com o intuito de receber uma retribuição monetária pelo trabalho disposto, tanto na reposição dos gastos para sua produção bem como na obtenção de lucro (RICCIARDI, JENKINS 2000).

Crúzio (2000) complementa que, tais trabalhadores ingressam na cooperativa por iniciativa própria, sendo livre a entrada de demais, desde que tenham os mesmos interesses em produzir, comercializar ou prestar serviços e que os mesmos não entrem em conflito com os objetivos gerais da cooperativa. Tais objetivos podem ser interpretados como: realizar a intermediação dos interesses econômicos dos seus cooperados com o mercado, ou seja, prestar serviços de qualidade aos seus cooperados (SICOOB 2014).



Figura 1 - Processo de configuração de uma cooperativa.



Fonte: SICOOB 2014.

Como demonstrado pela Figura 1, à prestação de serviços ocorre justamente no intermédio entre o mercado e o cooperado, onde o mesmo repassa seus insumos a cooperativa que a processa ao mercado consumidor em contrapartida há uma resposta por meio do resultado líquido para todo o conjunto bem como para o próprio cooperado.

Ao adentrar nas considerações da cooperativa, percebe-se que para uma melhor organização, as mesmas são divididas em vários modelos, conforme foram surgindo novas necessidades de adaptação e ideais renovadas (RECH 2000). Elas ainda são classificadas de acordo com sua natureza, nível de organização e variedade de funções.

Na questão sobre sua natureza, trata-se de distinguir as cooperativas de acordo com a atividade que são envolvidas diretamente com relação aos sócios, existindo: as cooperativas de distribuição ou serviço, na qual são aquelas que dispõe aos seus sócios bens e serviços de acordo com as melhores condições de preço e serviço. As cooperativas de colocação de produção na qual visam para seus sócios melhores preços, regularidade e segurança. E por último as cooperativas de trabalho

ao qual agrupam profissionais de uma mesma área que buscam se organizar e vender em comum o seu trabalho, tendo estabilidade e maior compensação (RECH 2000).

Analisando o nível organizacional Cruz (2000) os intitula e organiza de acordo com o grau hierárquico constituindo, em que as cooperativas singulares ou de primeiro grau são aquelas formadas por pessoas físicas ou jurídicas. As de segundo grau, denominadas cooperativas centrais ou federações são as formadas por, pelo menos, três singulares. E as de terceiro e último grau são as confederações de cooperativas formadas pela união de, pelo menos, três centrais ou federais.

Perius (2001) faz um detalhamento do último nível de divisão das cooperativas, de acordo com sua variedade de funções, sendo ele:

Quadro 1: Divisão de Níveis do Cooperativismo

Níveis	Descrição
Agropecuário	Composto pelas cooperativas de produtores rurais ou agropastoris e de pesca, cujos meios de produção pertencem ao cooperante
Consumo	composto pelas cooperativas dedicadas à compra em comum de artigos de consumo para seus cooperantes.
Crédito	composto pelas cooperativas destinadas a promover a poupança e financiar necessidades ou empreendimentos dos seus cooperantes.
Educacional	composto por cooperativas de professores, cooperativas de alunos de escolas agrícolas, cooperativas de pais de alunos e cooperativas de atividades afins.
Especial	composto pelas cooperativas constituídas por pessoas que precisam ser tuteladas.
Habitacional	composto pelas cooperativas destinadas à construção, à manutenção e à administração de conjuntos habitacionais para seu quadro social.
Infraestrutura	composto pelas cooperativas cuja finalidade é atender direta e prioritariamente o próprio quando social com serviços de infraestrutura.
Mineral	composto pelas cooperativas com a finalidade de pesquisa, extrair, lavar, industrializar, comercializar, importar e exportar produtos minerais.
Produção	composto pelas cooperativas dedicadas à produção de um ou mais tipos de bens e mercadorias, sendo os meios de produção propriedade coletiva, através da pessoa jurídica, e não propriedade do indivíduo do cooperante.
Saúde	composto pelas cooperativas que se dedicam à preservação e à recuperação da saúde humana.

Trabalho	composto pelas cooperativas de trabalhadores de qualquer categoria profissional, para prestar serviços como autônomos, organizados num empreendimento próprio.
Turismo e Lazer	composto pelas cooperativas que desenvolvem atividades na área do turismo e lazer.
Outro	composto pelas cooperativas que não se enquadrarem nos ramos acima definidos.

Fonte: PERIUS (2001).

As cooperativas ao longo da evolução empresarial vêm se adaptando aos moldes da época inserida, as visões de 200 anos atrás não são mais as mesmas, pois o mundo está em constante processo de transformação, mas ainda assim alguns princípios podem ser aproveitados, pois de tão óbvios que podem parecer hoje, já foram um dia algo revolucionário. Dentre todos os tipos de cooperativas existentes no quadro de Perius (2000), podem-se destacar como as modalidades mais importantes, comuns e influentes as Cooperativas de Crédito, Produção e Agrícola.

### 2.2.1 Cooperativa de Crédito

As primeiras cooperativas de crédito surgiram no Brasil no início do século XX, de acordo com Rech (2000), com uma inspiração religiosa e intuito de uma ajuda mútua, entrou em decadência especialmente após a Lei da Reforma Bancária de 1964. Rech (2000, p. 37) destaca os objetivos da mesma seriam “realizar empréstimos aos seus sócios e, por meio de uma capitalização inicial, permitir maior produtividade ou implementação de alguma nova atividade produtiva, vindo suprir dificuldades em obter crédito ou financiamentos”.

Principalmente vinculadas a outras cooperativas, as cooperativas de crédito, segundo Rech (2000) está numa retomada em várias localidades do país, pois se tornou de conhecimento público, segundo o autor, o modo em que os bancos agem, ficando com o dinheiro dos investidores, enriquecendo e oferecendo pouco serviço em troca.

Na visão de Meinen e Port (2012), existe uma grande diferença entre bancos convencionais e as cooperativas de crédito, diferença essa tão grande que para melhor análise, foi necessário pontuar em ordem alguns fatores decisivos de

cada lado: onde os bancos convencionais são sociedade de capital, o poder é exercido na proporção do número de ações, o usuário das operações é um mero cliente e visam ao lucro por excelência. Já as cooperativas de crédito são sociedades de pessoas, o voto tem peso igual para todos, as decisões são partilhadas entre muitos, o usuário é o próprio dono, desenvolvem-se pela cooperação e o lucro está fora do seu objeto.

### **2.2.2 Cooperativa de Produção**

De acordo com Cardone (2007), o cooperativismo brasileiro surgiu juntamente com o movimento sindical, neste sentido em 1847 teve-se a primeira cooperativa de trabalho que se tem conhecimento, no Paraná, quando o médico Jean Maurice Favre em parceria com um grupo de imigrantes europeus fundou a Colônia Tereza Cristina.

Segundo Singer (2002), as cooperativas de produção são as associações em que os trabalhadores, incluindo administradores, planejadores, técnicos etc., visam produzir e vender bens ou serviços no mercado. Como em qualquer outra cooperativa, é por lei garantido o direito de igualdade, liberdade e entre outros. Ainda segundo o autor, uma cooperativa de produção seria um protótipo de empresa solidária, como nas cooperativas de consumo, crédito e de compras e vendas, se associando diretamente aos produtores, e não seus fornecedores ou clientes. Por tal motivo, ela não pode ser híbrida, como as outras cooperativas, que combinam igualdade e democracia no relacionamento externo e com desigualdade e gestão compartilhada no seu interior.

### **2.2.3 Cooperativa Agropecuária**

O tipo de cooperativismo mais comum no Brasil é sem dúvida o agropecuário, de acordo com Rech (2000), as associações têm como objetivo organizar as atividades econômicas e sociais dos seus sócios, produtores rurais, integrando-as, orientando-as e colocando à disposição deles uma série de serviços.

As cooperativas de grande porte, como por exemplo, a Cooperja, que é o tema de estudo, criaram vínculos muito precisos com seus sócios e fornecedores.

Para Rech (2000), o cooperativismo agropecuário dedica-se mais frequentemente a:

- a) Vender em comum a produção entregue pelos sócios. No processo de venda, a cooperativa pode se encarregar de classificar, padronizar, manter em depósito ou armazenamento, beneficiar ou industrializar os produtos recebidos, sempre visando encontrar e obter os melhores preços de mercado;
- b) Distribuir aos sócios bens de produção e utilidades necessárias às suas atividades agropecuárias, bem como intermediar o abastecimento de gêneros alimentícios, roupas e outros produtos para a casa e a família;
- c) Oferecer serviços na área da produção, pesquisa, assistência técnica, administrativa, social e educacional; e
- d) Promover a integração entre os associados e suas famílias e a inter-relação com a comunidade em que estão inseridos.

A opinião de Crúzio (2000) é bastante similar à de Rech (2000), as cooperativas agropecuárias e agroindustriais são basicamente formadas por produtores que trabalham no campo, onde seu grande objetivo é o comércio dos produtos que seus associados produzirem, beneficiando-se os revendendo diretamente ao mercado consumidor.

Sendo a área do cooperativismo na qual se obtêm maior destaque nacional, o mesmo em relação a números recentes, obteve no Relatório de Monitoramento do SESCOOP (2012) uma ligeira queda frente às demais áreas, como pode ser observado no Quadro 2:

Quadro 2: Número de cooperativas por ramo.

RAMOS	Nº DE COOPERATIVAS		VARIAÇÃO
	2011	2.010	
Agropecuário	1.523	1.548	-2%
Transporte	1.088	1.015	7%
Crédito	1.047	1.064	-2%
Trabalho	966	1.024	-6%
Saúde	846	852	-1%
Educacional	294	302	-3%
Produção	243	235	3%
Habitacional	226	242	-7%
Infraestrutura	128	141	-9%
Consumo	120	123	-2%
Mineral	69	63	10%
Turismo e Lazer	27	31	-13%
Especial	9	12	-25%
<b>TOTAL</b>	<b>6.586</b>	<b>6.652</b>	<b>-1%</b>

Fonte: Relatório da Gerencia de Monitoramento SESCOOP 2012.

O Quadro 2 transcreve que de modo geral, entre os anos de 2010 e 2011, houve uma ligeira queda no número de cooperativas existentes com maior relevância nas cooperativas especiais e de turismo. Analisa-se também que, ao contrário da média no período estipulado, houve um aumento significativo de cooperativas minerais, seguido pelas de transporte.

### 2.3 PRÍNCÍPIOS DA COOPERATIVA

Para uma cooperativa ser assim considerada, ela precisa seguir alguns pontos que a diferenciam de outras entidades. Segundo o art. 4 da Lei nº 5.764/71 de 16 de dezembro de 1971, as cooperativas são sociedades de pessoas, com forma e natureza jurídica próprias, de natureza civil, não sujeitas à falência, constituídas para prestar serviços aos associados, distinguindo-se das demais sociedades pelas seguintes características:

- I. Adesão voluntária, com número ilimitado de associados, salvo impossibilidade técnica de prestação de serviços;
- II. Variabilidade do capital social representado por quotas-partes;

- III. Limitação do número de quotas-partes do capital para cada associado, facultado, porém, o estabelecimento de critérios de proporcionalidade, se assim for mais adequado para o cumprimento dos objetivos sociais;
- IV. Insensibilidade das quotas-partes do capital a terceiros, estranhos à sociedade;
- V. Singularidade de voto, podendo as cooperativas centrais, federações e confederações de cooperativas, com exceção das que exerçam atividade de crédito, optar pelo critério da proporcionalidade;
- VI. Quórum para o funcionamento e deliberação da Assembléia Geral baseado no número de associados e não no capital;
- VII. Retorno das sobras líquidas do exercício, proporcionalmente às operações realizadas pelo associado, salvo deliberação em contrário da Assembléia Geral;
- VIII. Indivisibilidade dos fundos de Reserva e de Assistência Técnica Educacional e Social;
- IX. Neutralidade política e indiscriminação religiosa, racial e social;
- X. Prestação de assistência aos associados, e, quando previsto nos estatutos, aos empregados da cooperativa;

Área de admissão de associados limitada às possibilidades de reunião, controle, operações e prestação de serviços.

Ao analisar a Lei Federal nº 5.764/71, percebe-se que há uma série de requisitos a serem cumpridos por uma associação cooperativa, porém não há uma fórmula a ser seguida, pois se trata de uma organização local na sociedade em que os moradores participantes daquela cooperativa estão inseridos, seja ela agrícola, de consumo ou de crédito.

Para Veiga e Fonseca (2001) o cooperativismo antes de tudo, é uma filosofia do homem na sociedade em que vive, uma maneira de fazer com que tudo aconteça de uma forma em que o lucro não seja o alvo principal, mas sim o trabalho, na ajuda mútua e não na concorrência e competição, já que por exemplo, numa cooperativa agrícola, os produtos seriam adquiridos de todos os produtores com o mesmo preço, focando apenas no trabalho e não na concorrência. Segundo os

autores também, o cooperativismo visa os valores e necessidades humanas e não a acumulação individual de dinheiro e na exploração de homens e mulheres.

## 2.4 PANORAMA DO COOPERATIVISMO

Mundialmente falando o cooperativismo teve seu início na Europa, especificamente na Inglaterra no período da Revolução Industrial, no ano de 1844, 28 tecelões da cidade de Manchester diante do desemprego e dos baixos salários da época, se reuniram para coletivamente, comprarem produtos de primeira necessidade. Assim nasce a primeira experiência de cooperativa registrada: a Associação dos Probos Pioneiros de Rochdale, transformada em Cooperativa de Rochdale. A partir daí o movimento se espalhou pela Europa, e outros grupos passaram a se reunir com o mesmo objetivo, de conseguir capital para aumentar o poder de compra coletiva frente às adversidades do momento (SICOOB 2014).

Ao falar em âmbito nacional, segundo de Crus (2000) o intuito de cooperar em conjunto teve grande proporção no Brasil a partir das missões jesuítas, desenvolvidas a partir do século XVII, ao qual possuíam um exemplo típico de sociedade pré-cooperativista. Porém somente no século XIX foram criadas as primeiras sociedades que professavam de maneira consciente e regular a doutrina cooperativista como a Cooperativa de produção Tereza Cristina, fundada em 1847 no Paraná, pelo médico francês Jean Maurice Fevre, logo após vieram a Cooperativa de Consumo dos Empregados da Companhia Paulinha, fundada em Campinas no ano de 1887 e a Cooperativa de Consumo dos Funcionários da Prefeitura de Ouro Preto, fundada em Minas Gerais em 1889.

Ainda segundo Crus (2000, p. 92)

“Até a abolição da escravatura as condições sociais e políticas eram francamente desfavoráveis ao crescimento do cooperativismo no Brasil [...] com o advento da república, e mais especificamente após a promulgação da constituição de 1891, a consagração da liberdade de reunião, aliada ao início da imigração europeia e também ao aumento do consumo nas grandes cidades, em função da eclosão demográfica, vieram então fornecer o combustível adequado não só à implantação, como também à consolidação do cooperativismo no nosso país.”

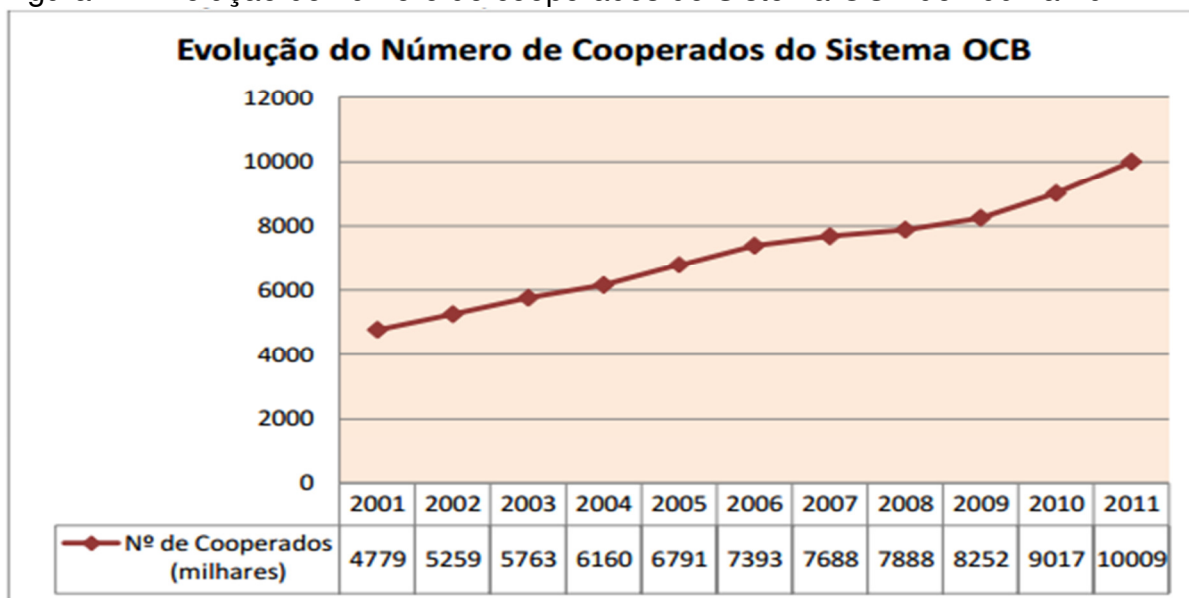
A partir daí este segmento foi ganhando mais adeptos até que no ano de 1969 foi criada a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), que possuía como tarefa representar e defender os interesses do cooperativismo no Brasil. A



Organização foi registrada em cartório um ano após sua criação sendo caracterizada como Sociedade civil, sem fins lucrativos, com neutralidade política e religiosa. Logo após houve a criação da lei nº 5.5764/71 na qual impôs a disciplina na criação das cooperativas, porém restringiu a autonomia dos associados, que só foi ampliada com a Constituição de 1988, na qual proibiu a intervenção do Estado nas associações, tendo agora a autogestão do cooperativismo. Em 1995 Roberto Rodrigues, ex-presidente da OCB foi eleito presidente da Aliança Cooperativista Internacional (ACI), sendo o primeiro não europeu a ocupar o cargo, fato que contribuiu para o desenvolvimento das mesmas no âmbito brasileiro (PORTAL BAIANO DAS COOPERATIVAS 2014).

Com o desenrolar do ramo cooperativo no país, teve-se um grande processo de desenvolvimento na qual, muitos agricultores passaram a se associar com o intuito de unir forças e buscar maiores poder de barganha e resultados. Neste sentido segundo os dados do Relatório da Gerencia de Monitoramento da SESCOOP (2012) no ano de 2011 o número de associados em organizações cooperativas passou dos 10 milhões, tendo um crescimento estimado em 11% em relação ao ano anterior, conforme demonstra a Figura 2.

Figura 2 - Evolução do número de cooperados do Sistema OCB de 2001 a 2011.



Fonte: Relatório da Gerência de Monitoramento SESCOOP 2012.

Porém com relação ao número de cooperativas ao se fazer uma comparação com o ano anterior ao relatório, obteve-se uma queda de cerca de 1%, conforme Figura 3.

Figura 3 - Evolução do número de cooperativas do Sistema OCB de 2001 a 2011.



Fonte: Relatório da Gerência de Monitoramento SESCOOP 2012.

Ao se tratar das regiões brasileiras cada qual possui um destaque frente ao tema, que ao se falar na quantidade de cooperativas, a região sudeste aparece em primeiro lugar com 2.349 empreendimentos, com relação aos cooperados a região sudeste ocupa também o primeiro lugar, seguido pela região sul com 4 milhões de associados e 15% de aumento. Quanto à geração de empregos diretos o sul é o que detém o maior número de colaboradores, com 152 mil e 10% de expansão (OCB 2014).

Por estado São Paulo é o que possui mais cooperativas registradas no Sistema OCB - 932. Minas Gerais e Bahia aparecem em seguida, praticamente empatadas, com 785 e 783, respectivamente, no ano. A associação OCB (2014) ainda levou em consideração um estudo na qual baseado em estatísticas, com uma previsão de comportamento até o ano de 2016 o número de cooperativas registradas no Sistema OCB estará estabilizado, e o total de cooperados seguirá com uma linha ascendente e constante, fornecendo ao final do processo um montante de 353 mil empregos.

## 2.5 PANORAMA DO COOPERATIVISMO EM SANTA CATARINA

Ao tratar-se do fator histórico, o trabalho em conjunto na busca por resultados acompanha a própria formação do estado catarinense, assim como relata o DIÁRIO CATARINENSE (2014):

As primeiras experiências de cooperativismo em Santa Catarina ocorreram no meio rural, na década de 1940. Imigrantes europeus – principalmente alemães e italianos – viram na cooperação uma maneira de criar riqueza compartilhada. Essa influência foi decisiva para o crescimento do setor no Estado. Houve período de dificuldades: muitas organizações encerraram as atividades em 1964 por não atingirem os objetivos estabelecidos pela legislação do país. Sobreviveram as que tinham condições de desenvolvimento e prestação de serviços aos cooperados.

Segundo ainda os dados do DIÁRIO CATARINENSE (2014) o cooperativismo atualmente no estado catarinense é valido por um grande destaque, onde é responsável por 11% do PIB de Santa Catarina. É constituído pela união de 254 organizações que juntas reúnem 1,6 milhões de famílias associadas e mantém 49.149 empregos diretos, faturando mais de R\$ 20 bilhões por ano.

Dados disponibilizados pela OCB (2014) conferem a Santa Catarina à posição de maior envolvimento populacional direto com o cooperativismo, contando com uma boa estrutura no campo e na cidade, tendo uma ascensão tentando a crescer no ano de 2014 cerca de 15%.

## 2.6 SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR

Ribeiro e Pizzinatto (2005) realizam uma breve introdução ao tema, descrevendo que com a globalização atual as empresas passam constantemente por transformações ágeis e continuas no cenário que estão inseridas. Seja para uma empresa capitalista ou mesmo cooperativista o cliente está cada vez mais exigente com relação a sua permanência na mesma, como relata Lord Sheppard, presidente e diretor do Grand Met no livro de Wellington (1998, p. 127):

os clientes estão, cada vez mais, olhando para dentro das portas das empresas de quem compram. Se não gostarem do que virem em termos de

cultura corporativa, responsabilidade social, envolvimento comunitário, igualdade de oportunidades, eles não entrarão.

Com isso é dever de cada empreendedor buscar por soluções para ganhar destaque frente aos concorrentes e conquistar sua parcela de clientes. Buscar por estratégias onde se tenha uma reorganização empresarial, quebra de paradigmas, inovações na agregação de serviços baseados no comprometimento dos funcionários, seria uma solução benéfica para ter uma estrutura voltada para os clientes (RIBEIRO; PIZZINATTO 2005)

Tendo por base essa ideologia na qual os clientes devem ser “conquistados”, pode-se adentrar na importância do Marketing nas corporações, onde nada mais é que “uma filosofia, uma atitude, uma orientação do negócio em que a satisfação do cliente é considerada o principal objetivo a ser cumprido” (RIBEIRO;FLEURY 2006, p.5).

Segundo estudos aplicados de Goldamn, Nagel e Preiss (1995) o marketing no passado era visto como uma atividade posterior a ser resolvida nas organizações, porém com desenvolvimento e a concorrência acirrada ele passa a ser fundamental para a produção global de um produto ou serviço. Com isso, ele precisou ser reinventado e o desafio seria convencer as pessoas que necessitam do mesmo, a chave para este sucesso consiste em proporcionar soluções que valorizem o cliente.

Neste sentido que Whiteley (1992) baseia seus estudos, que para ele as empresas devem fazer das necessidades e expectativas do cliente o seu padrão de produção, não medindo esforços para alcançá-lo, pois neste sentido pode-se ter resultado, e clientes constantemente satisfeitos. Para ele, este modelo deve ser orientado na organização como um todo, desde a área administrativa até a da produção, para que o mesmo possa constantemente fluir e não acabe frustrando todo um processo.

Para alcançar a satisfação do cliente, deve-se compreender o que seria “valor do produto” para o mesmo. Ribeiro e Fleury (2006) enquadram os benefícios na qual o consumidor espera na compra de um determinado produto ou serviço, como o benefício funcional onde se espera que o produto tenha as características ideais aliado à facilidade em utilizá-lo, disponibilidade, eficiência ou desempenho e, se adeque a ideia inicial na qual foi comprado; benefício psicológico trazendo

benefícios a soluções psicológicas, como status e segurança e benefício econômico com preços baixos, ou adequado a sua qualidade.

Ribeiro, Belluca e Pizzinatto (2005) elegem que a melhoria contínua em uma organização, a qualidade baseada na percepção do cliente são os pressupostos que dão maior credibilidade na escolha de inserção de um novo. Saber a real relação entre o valor e a satisfação do cliente também é um instrumento pressuposto necessário, pois tal significado é gerado antes e posteriormente a sua compra. Assim como descreve Ribeiro e Fleury (2006 p.21):

Um cliente pode perceber que um produto tem excelência mesmo sem usá-lo; por meio da descrição de suas características, ele pode concluir sobre os seus benefícios potenciais. O valor também pode ser gerado durante o processo de uso: a forma como é tratado durante a execução do serviço, como resolvem um problema ou os resultados que obteve ao utilizar o serviço são fontes de percepção de valor. Mas a satisfação [...] somente pode ser avaliada se o cliente adquirir ou experimentar o produto ou serviço, porque se trata da avaliação de sua experiência comparada à expectativa.

Ter um cliente, e ainda tê-lo satisfeito traz inúmeros benefícios como: o mesmo irá defendê-lo perante os concorrentes, poderá tornar-se um cliente fiel, transmite o boca a boca positivo, reduzem os custos para a empresa no quesito de esforços adicionais para recuperação de uma possível insatisfação. A tarefa apesar de difícil é algo possível desde que se estreitem ao máximo as lacunas existentes entre ambos, como: o conhecimento, os padrões, a entrega, a comunicação e o serviço oferecido. A empresa deve conhecer a necessidade do cliente para poder atendê-lo, saber realmente interpretá-lo e não simplesmente interpretá-lo como mais um padrão de compra, ter pontualidade ao cumprir compromissos, saber dialogar e anunciar o que realmente oferece e finalmente cumprindo tais passos, possa impedir que haja alguma diferença entre o serviço esperado e o serviço percebido pelo cliente (RIBEIRO, FLEURY 2006).

A partir do momento que se tem a compreensão dos fatores acima abordados, sobre a real importância da satisfação dos clientes para uma organização, pode-se aliar tal sentido as cooperativas, onde neste momento os cooperados se unem em prol de um único sentido: prospectar capital no seu produto ali depositado, em conjunto. O mesmo percebendo que isto não está o satisfazendo, ou que outras instituições do ramo possuem melhores condições, nada o impede de desligar-se da atual e ingressar em outra. Porém, há sim, algo que o possa fazer repensar neste quesito, como a satisfação em ali permanecer seja no atendimento

disposto pelos funcionários, pelas facilidades ali proporcionadas ou até mesmo pela praticidade em ali prospectar seus negócios. Ou seja, a satisfação, em pontos ou num todo, pode e é a peça chave para soluções dos grandes problemas que afligem as corporações: a perda de clientes.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Em toda e qualquer pesquisa é necessário ter-se uma base de por onde começar, o procedimento metodológico, ou seja, o estudo de como será realizado de fato esse projeto, tem como objetivo especificar cada passo a ser dado para um superior sucesso em planejamento organizacional.

“Metodologia é uma preocupação instrumental. Trata das formas de se fazer ciência. Cuida dos procedimentos, das ferramentas, dos caminhos. A finalidade de ciência é tratar a realidade teórica e praticamente” (Demo, 1987, p.19).

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para os efeitos de fins de investigação, a pesquisa pôde ser considerada como descritiva e exploratória.

Segundo Luciano (2001, p.13), a pesquisa descritiva “busca a descrição das características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.” Segundo o próprio autor, a pesquisa descritiva utiliza métodos de coleta de dados padronizados, tais como observação sistemática e inquirição, assumindo em geral, a forma de levantamento.

A pesquisa exploratória visa aproximar o problema com as hipóteses de pesquisa, envolvendo o levantamento bibliográfico; entrevista com pessoas que tiveram experiências com o problema pesquisado e analisa os exemplos que estimulem a compreensão (LUCIANO, 2001). Segundo o autor, o tipo de pesquisa proposto é focado em estudos de casos ou também bibliográficos.

A presente pesquisa enquadrar-se nos tópicos anunciados pelo fato de que o tema proposto de estudo, avalia a visão que os produtores de Jacinto Machado e região possuem sobre a COOPERJA.

Referente aos meios de investigação que foram utilizados para obterem-se os resultados esperados destacou-se a pesquisa de campo e o estudo de caso.

A pesquisa de campo na visão de Martins (2004 p.86) “ocorre à manipulação das variáveis em um ambiente natural, isto é, no próprio local onde a mesma está sendo observada.” Para o êxito dessa pesquisa, foram entrevistados os micro e pequenos produtores de arroz da COOPERJA. Foi também realizado um questionário com o intuito de obter respostas pertinentes ao assunto do

cooperativismo agrícolas presente na região de estudo. O questionário teve como alvo os associados da COOPERJA moradores de Jacinto Machado e destacou pontos como nível de satisfação com os serviços da cooperativa, nível de retorno esperado, tempo de vida no campo, número de dependentes, etc.

Para Luciano (2001, p.14), o estudo de caso “trata-se de um estudo profundo e exaustivo, possibilitando detalhamento de um conhecimento.” Em outras palavras, o estudo de caso visa detalhar ao máximo um estudo, como o caso da pesquisa proposta, uma organização pré-definida, COOPERJA, será o alvo de análise.

### 3.2 DEFINIÇÃO DA AREA E OU POPULAÇÃO ALVO

A presente pesquisa tratou-se com os associados da cooperativa agrícola do município de Jacinto Machado. Tal cooperativa está presente na cidade há 45 anos e conta atualmente com 1220 associados, ao qual possui uma grande estrutura, composto por além de sua matriz em Jacinto Machado, oito filiais espalhadas entre Santa Catarina e Rio Grande do Sul. (COOPERJA 2014).

Em relação a público alvo, dentro dos 1220 associados, descobriu-se que existem cerca de 590 associados em Jacinto Machado. O pesquisador, pelas dificuldades encontradas como distância entre localidades e falta de tempo hábil para realizar um questionamento mais amplo e detalhado, procurou entrevistar o maior número de pessoas possíveis de forma aleatória no período do mês de maio/2015.

Foram entrevistados, ao todo, 31 associados, obtendo-se em totalidade um número de 29 questionários respondidos.

### 3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Segundo Oliveira (2002), toda e qualquer coleta de dado para uma pesquisa pode ser dividida em duas partes: fontes primárias e secundárias. Sendo as fontes primárias são aqueles dados os quais o pesquisador terá acesso a arquivos oficiais e pessoais, pesquisas e dados cartográficos, documentos particulares e também dados históricos. Já as fontes secundárias são fontes como livros, jornais e revistas, dados já previamente coletados e os quais estão à



disposição do público em geral. Os dados pertinentes a esta pesquisa enquadram-se com primários por serem coletados diretamente da fonte, ou seja, ele será criado a partir das entrevistas com um grupo de agricultores. Conforme demonstrado no quadro 3:

Quadro 3 - Técnica de coleta dos dados primários.

Objetivos Específicos	Técnica de coleta de dados
Identificar quem são os produtores de arroz associados à Cooperja que vivem em Jacinto Machado e região	Documentos e dados internos da empresa
Realizar entrevista com os associados e definir o perfil do cooperado	Questionário com os associados
Definir o nível de satisfação dos associados perante a cooperativa	Questionário com os associados
Identificar pontos fortes e fracos de serem associados à cooperativa	Questionário com os associados

Fonte: Elaborado pelo pesquisador.

Ao se adentrar na técnica de coleta de dados, a entrevista foi feita a partir do uso de um questionário estruturado com perguntas fechadas na qual o entrevistado se enquadrou nos dados propostos. Sendo que as perguntas fechadas foram intercaladas por abertas, onde se teve a opinião real dos agricultores, dando a liberdade de os mesmos exporem sua resposta individual a respeito do tema proposto.

Com tais informações foram produzidos gráficos e tabelas a cerca do que foi coletado, tendo a resposta ao final do estudo de caso sobre a atuação da Cooperja na visão dos micro e pequenos produtores.

### 3.4 PLANO DE ANALISE DOS DADOS

Para Oliveira (2002), as abordagens quantitativas e qualitativas são métodos diferentes pela sistemática e método que propõem. Para o autor, o método quantitativo visa, de acordo com o próprio nome, demonstrar por forma de números opiniões e dados. Já o método qualitativo não visa numerar as respostas, porém chegar à sua verdade e razão.

Segundo Martins e Thóphilo (2009), não necessariamente uma pesquisa tem de ser qualitativa ou quantitativa, elas podem se unir e formar uma exclusiva, segundo os autores “É descabido o entendimento de que possa haver pesquisa

exclusivamente qualitativa ou quantitativa. Investigações científicas contemplam ambas”, surge então a quanti-qualitativa.

Se enquadrando nesta última, por mesclar as informações obtidas através da entrevista com tabelas, gráficos e informações numeradas, analisando-os posteriormente e interpretando os dados coletados.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

Este presente capítulo busca apresentar os resultados obtidos ao longo do trabalho por meio de um questionário aplicado aos sócios da COOPERJA. As entrevistas foram realizadas nas residências dos cooperados e via contato telefônico.

Ao todo, foram realizadas 31 entrevistas obtendo-se um retorno de 29 questionários que se enquadram na proposta do presente trabalho. A seguir, um detalhamento minucioso das respostas obtidas, conforme estipulado nos objetivos específicos.

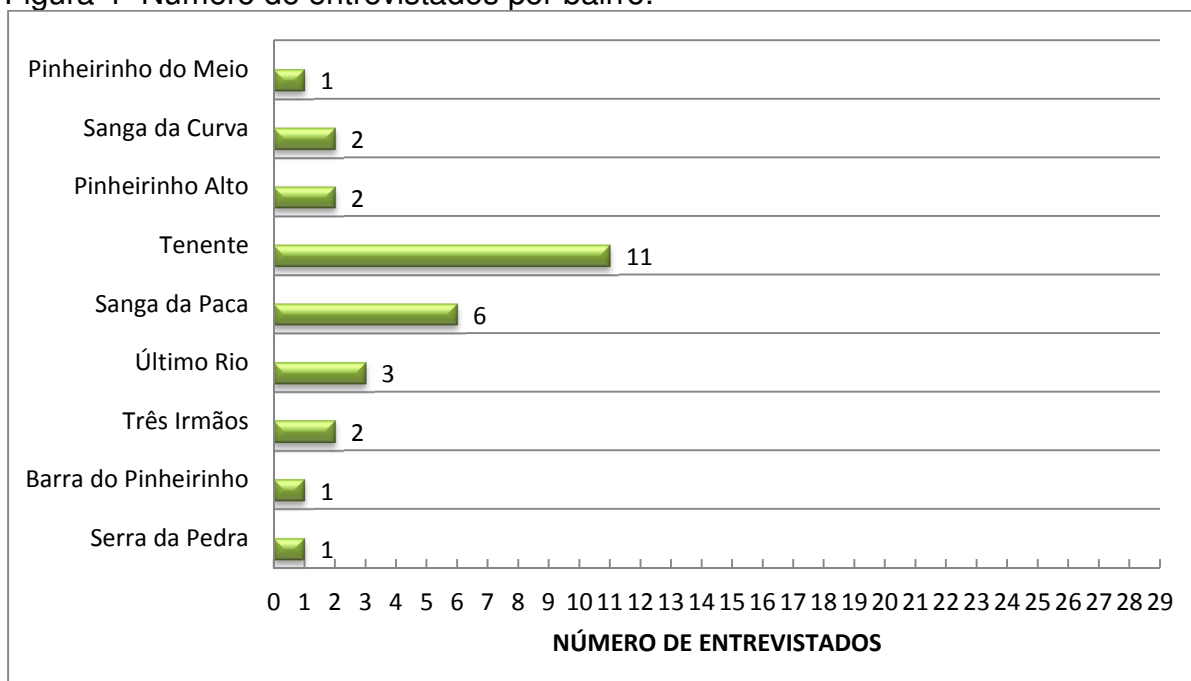
### 4.1 PERFIL DOS COOPERADOS RESPONDENTES

Na primeira parte da pesquisa, buscava-se conhecer o perfil dos associados da COOPERJA respondentes desta pesquisa. Segundo dados da cooperativa, atualmente existem 591 cooperados em Jacinto Machado, de um montante de 1.483 associados totais (COOPERJA, 2014).

O potencial de uma cooperativa é gigantesco pelo fato de poder se caracterizar em qualquer modo de serviço, campo de operação ou até atividade, visando eliminar atravessadores e serviços terceirizados, a modo de baratear custos e diminuir preços (MÓGLIA et al, 2015).

Para melhor compreensão é necessário sair da visão macro e desmembrar os dados obtidos. Com relação ao perfil destes associados, o primeiro tópico buscou conhecer o bairro na qual possuía residência, conforme Figura 4, onde percebe-se a concentração de respostas no bairro Tenente (11 associados) e Sanga da Paca (6 associados). Demonstrando sua localização nas proximidades mais rurais da cidade.

Figura 4- Número de entrevistados por bairro.



Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Tal informação é relevante, pelo fato de como tais respondentes são agricultores, suas terras de cultivo se localizam no interior da cidade de Jacinto Machado. Também pode-se verificar o colonialismo predominante na região, na qual nesta cidade o a população prevalecer nessas áreas, diferentemente de mais regiões, na qual a população mais jovem volta-se para o centro da cidade.

A Tabela 1 mostra informações, complementares ao perfil dos entrevistados, com relação ao seu estado civil, sexo, faixa etária e número de pessoas por residência. Tais informações são necessárias para captar a situação atual da população alvo em termos de moradia e qualidade de vida.

Tabela 1 - Distribuição de sexo, idade, estado civil e número de pessoas por residência.

Sexo	Idade	Estado Civil	Pessoas / Residência
Masculino	De 18 a 25 anos	Solteiro	4
Masculino	De 18 a 25 anos	Solteiro	4
Masculino	de 26 a 30 anos	Casado	3
Masculino	de 26 a 30 anos	Casado	2
Masculino	de 31 a 35 anos	Casado	3
Masculino	de 36 a 40 anos	Casado	3
Masculino	de 36 a 40 anos	Casado	4

Masculino	de 36 a 40 anos	Casado	3
Masculino	de 36 a 40 anos	Casado	4
Masculino	de 41 a 45 anos	Casado	4
Masculino	de 41 a 45 anos	Casado	4
Masculino	de 41 a 45 anos	Casado	4
Masculino	de 41 a 45 anos	Casado	4
Masculino	de 41 a 45 anos	Casado	5
Masculino	de 41 a 45 anos	Casado	5
Masculino	de 46 a 50 anos	Casado	3
Masculino	de 46 a 50 anos	Casado	4
Masculino	de 46 a 50 anos	Casado	5
Masculino	de 46 a 50 anos	Casado	4
Masculino	de 46 a 50 anos	Casado	3
Masculino	de 46 a 50 anos	Casado	5
Masculino	de 46 a 50 anos	Casado	6
Masculino	de 46 a 50 anos	Casado	5
Masculino	de 51 a 55 anos	Casado	7
Masculino	de 51 a 55 anos	Casado	5
Masculino	de 56 a 60 anos	Casado	5
Masculino	de 56 a 60 anos	Casado	6
Masculino	de 56 a 60 anos	Casado	4
Masculino	acima de 61 anos	Casado	7

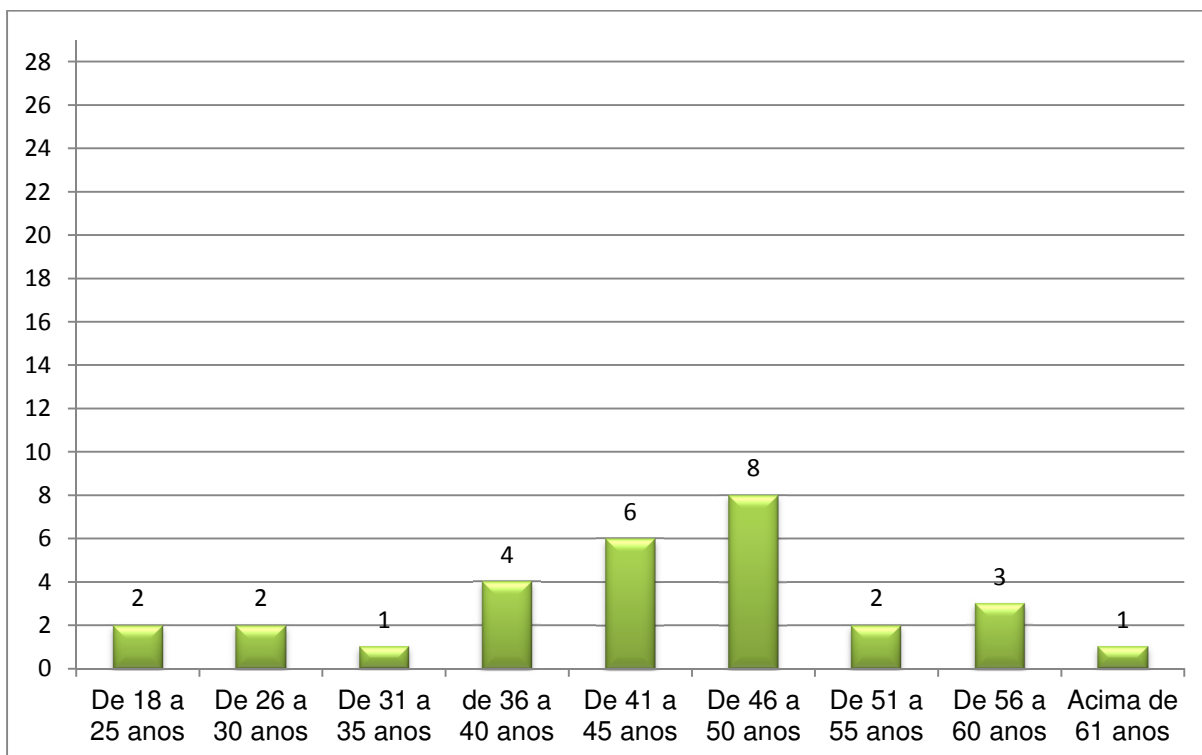
Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Conforme demonstrado pela Tabela 1 100% dos entrevistados são do sexo masculino, isso ocorre pelo fato da cidade de Jacinto Machado ter fortes raízes no campo, onde os colonos de sua grande maioria italiana vivem ainda hoje da colheita e do plantio. Dentre tais agricultores, o homem ainda é considerado o chefe da família, tendo o papel responsável pela renda familiar, enquanto a mulher reserva-se aos afazeres domésticos e cuidados com os filhos.

Segundo os próprios associados, somente o homem ser o associado é fato comum nesta região, visto que a mulher não teria o conhecimento para lidar com os assuntos relacionados à compra de insumos e trabalhos afins.

Com relação a idade dos entrevistados, já levando na Tabela 2, buscou-se conhecer quais das idades prevaleciam, conforme Figura 5.

Figura 5: Idade dos entrevistados.



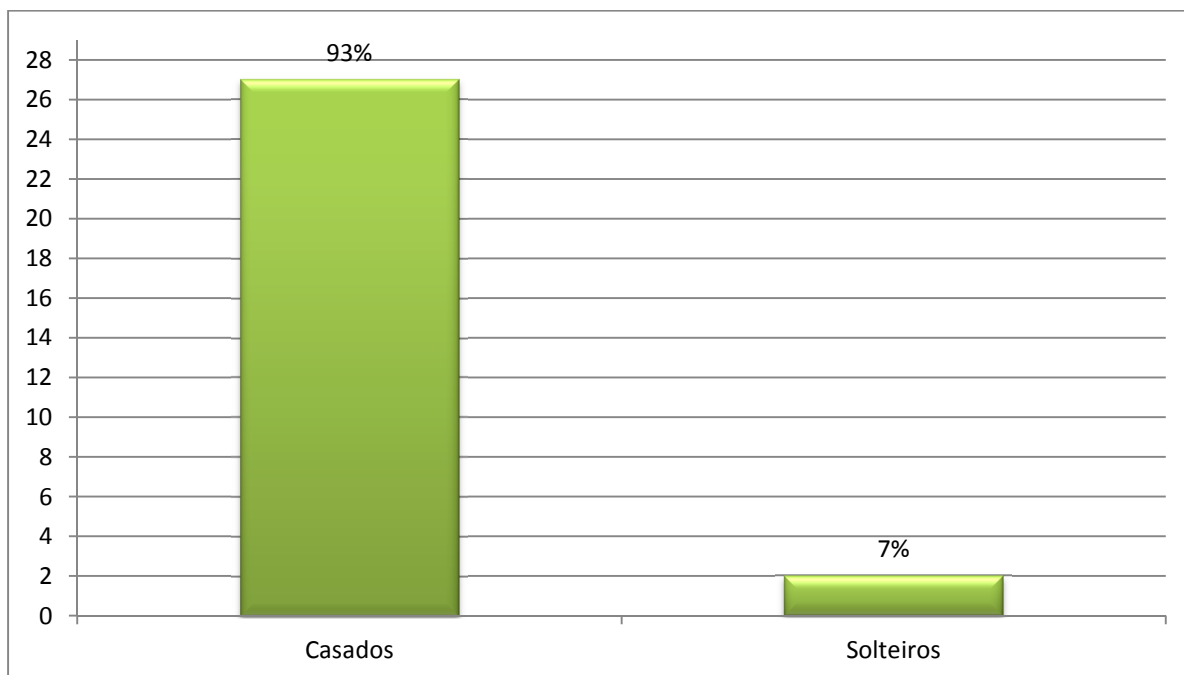
Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Segundo censo demográfico do IBGE (2010) nota-se uma predominância de homens com idade entre 40 e 50 anos, aproximadamente 805 em um total de 5214, cerca de 15,45% na população masculina da cidade de Jacinto Machado. Tal predominância etária fica visível após a pesquisa, visto que 49% dos entrevistados afirmaram ter idade entre 40 e 50 anos. Nota-se também um número elevado de associados com idade entre 36 e 40 anos.

Analisando o número baixo de associados com idade inferior a 30 anos, percebe-se a necessidade da cooperativa incentivar e até criar programas de captação de novos cooperados, com idades juvenis para crescerem e levar possivelmente a cooperativa para maiores patamares.

Destaca-se também na Tabela 2, o fato de 27 dos 29 entrevistados afirmarem serem casados, percebendo que tal ramo configura-se como familiar, onde apenas 02 entrevistados afirmam ser solteiros e suas idades prevalecem inferiores a 25 anos.

Figura 6: Estados civil dos associados.



Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Com relação ao perfil dos associados, também se buscou conhecer por quantos membros era composto o grupo familiar dos associados, buscando observar quando pessoas viviam a partir da renda gerada pelo cultivo.

Tabela 2: Moradores por Residência

Alternativa	Frequência	%
1	0	0
2	1	3,40%
3	6	20,70%
4	11	37,90%
5	7	24,10%
Outros	4	13,80%

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Ao analisar a Tabela 2, é possível destacar predominância de famílias composta por 4 membros, ou seja, nota-se uma média de dois filhos por casal. Este índice é maior que a média brasileira, que, segundo dados do IBGE (2013) seria de 1,72 filho por casal.

Nota-se também que apenas 4 cooperados assinalaram a alternativa “outros”, onde em suas respostas individuais, 2 afirmaram possuir 6 membros em sua residência, e os outros 2 sócios da cooperativa afirmaram possuir 7 membros.

Demonstrando que nesta região, o grupo familiar é composto por um número maior de indivíduos que nas localidades mais próximas ao perímetro urbano, um dos fatores mais relevantes seria para a necessidade de mão de obra mais barata.

Posteriormente buscou-se compreender o tempo de filiação dos mesmos, contrapondo em qual faixa salarial eles receberiam mensalmente, demonstrado na Tabela 3.

Tabela 3: Tempo de Associação x Renda Familiar Mensal

<b>Tempo de Associação á Cooperativa</b>	<b>Renda Familiar Mensal</b>
11 a 15 anos	1 a 3 salários mínimos
6 a 10 anos	1 a 3 salários mínimos
1 a 5 anos	4 a 6 salários mínimos
1 a 5 anos	4 a 6 salários mínimos
1 a 5 anos	4 a 6 salários mínimos
6 a 10 anos	4 a 6 salários mínimos
6 a 10 anos	4 a 6 salários mínimos
6 a 10 anos	4 a 6 salários mínimos
11 a 15 anos	4 a 6 salários mínimos
Acima de 21 anos	4 a 6 salários mínimos
Acima de 21 anos	4 a 6 salários mínimos
Acima de 21 anos	4 a 6 salários mínimos
Acima de 21 anos	4 a 6 salários mínimos
6 a 10 anos	7 a 10 salários mínimos
6 a 10 anos	7 a 10 salários mínimos
11 a 15 anos	7 a 10 salários mínimos
11 a 15 anos	7 a 10 salários mínimos
16 a 20 anos	7 a 10 salários mínimos
16 a 20 anos	7 a 10 salários mínimos
Acima de 21 anos	7 a 10 salários mínimos
Acima de 21 anos	7 a 10 salários mínimos
Acima de 21 anos	7 a 10 salários mínimos
11 a 15 anos	10 a 15 salários mínimos
16 a 20 anos	10 a 15 salários mínimos
Acima de 21 anos	10 a 15 salários mínimos
Acima de 21 anos	10 a 15 salários mínimos
Acima de 21 anos	10 a 15 salários mínimos
Acima de 21 anos	10 a 15 salários mínimos
Acima de 21 anos	10 a 15 salários mínimos

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

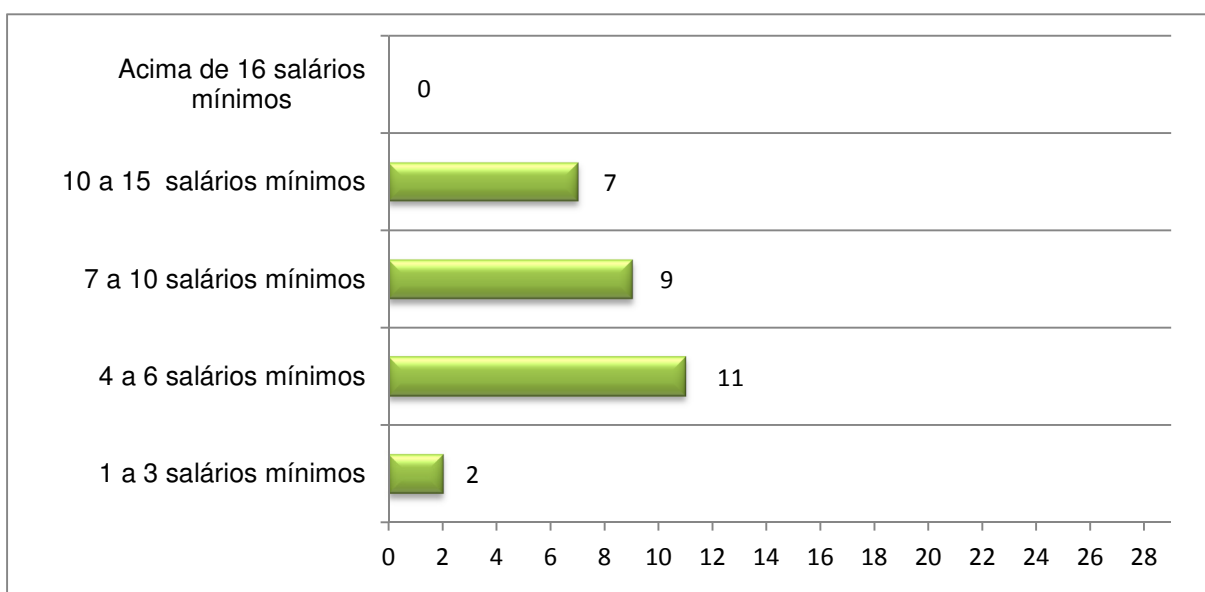
A Tabela 4 mostra as respostas individuais dos entrevistados, sendo possível notar que aqueles que possuíam 21 anos de associação são os com maior renda mensal, de 10 a 15 salários mínimos. Considerando o salário mínimo de 2015,



R\$ 788,00, os cooperados com mais tempo na COOPERJA possuem uma renda aproximada entre R\$ 7.880,00 e R\$ 11.820,00.

Ainda avaliando que 12 dos 29 entrevistados estão na cooperativa a mais de 21 anos, cerca de 41%. Percebe-se também que apenas 3 dos entrevistados fazem parte da COOPERJA dentre 1 e 5 anos, observando que a maioria dos entrevistados são associados mais antigos, com longo experiência de atuação. Observando a necessidade da cooperativa realizar campanhas para captação de novos associados e programas para aproximação de jovens possíveis produtores do campo e herdeiros de porções rurais pois, segundo os entrevistados, a maioria dos cooperados tem idades superiores a 40 anos, num futuro isso pode acarretar em queda de número de sócios e faturamento. A Figura 7 mostra um maior detalhamento da renda familiar dos entrevistados.

Figura 7: Renda familiar mensal

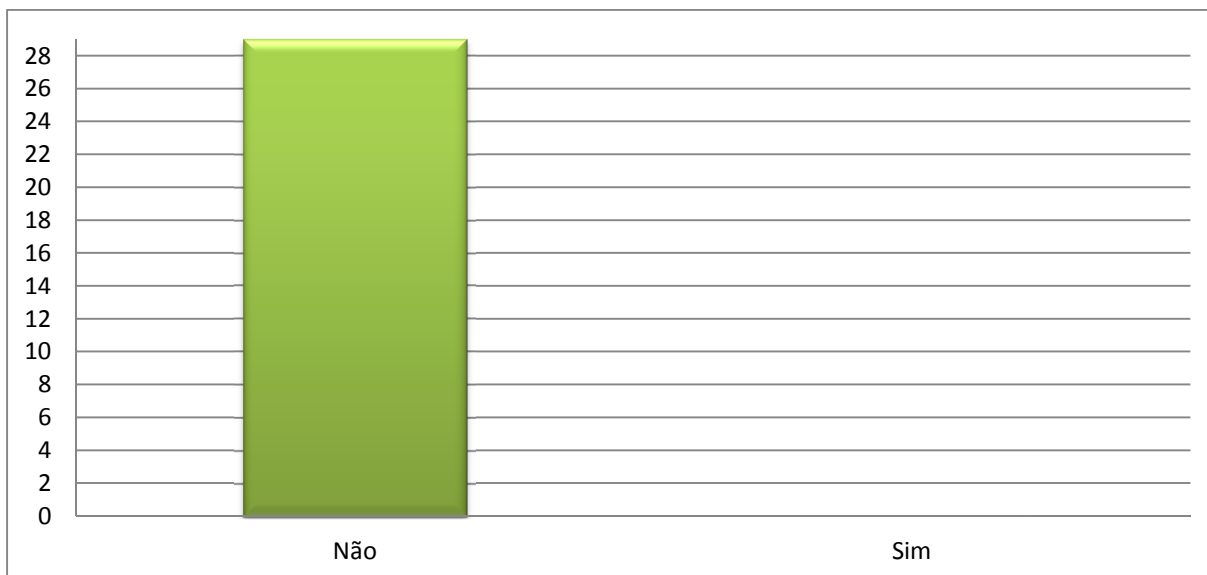


Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

É possível notar que a maioria dos entrevistados, cerca de 38%, possui renda mensal avaliada entre 4 a 6 salários mínimos. Segundo os cooperados, nenhum associado possui renda avaliada acima de 16 salários mínimos. Nota-se também, que aproximadamente 55% dos associados possuem renda familiar mensal entre 7 e 15 salários mínimos.

A fim de detalhar o perfil dos associados, o questionário abordou a fidelidade dos associados com relação a participarem de outras cooperativas da região.

Figura 8: Associação a outras cooperativas.

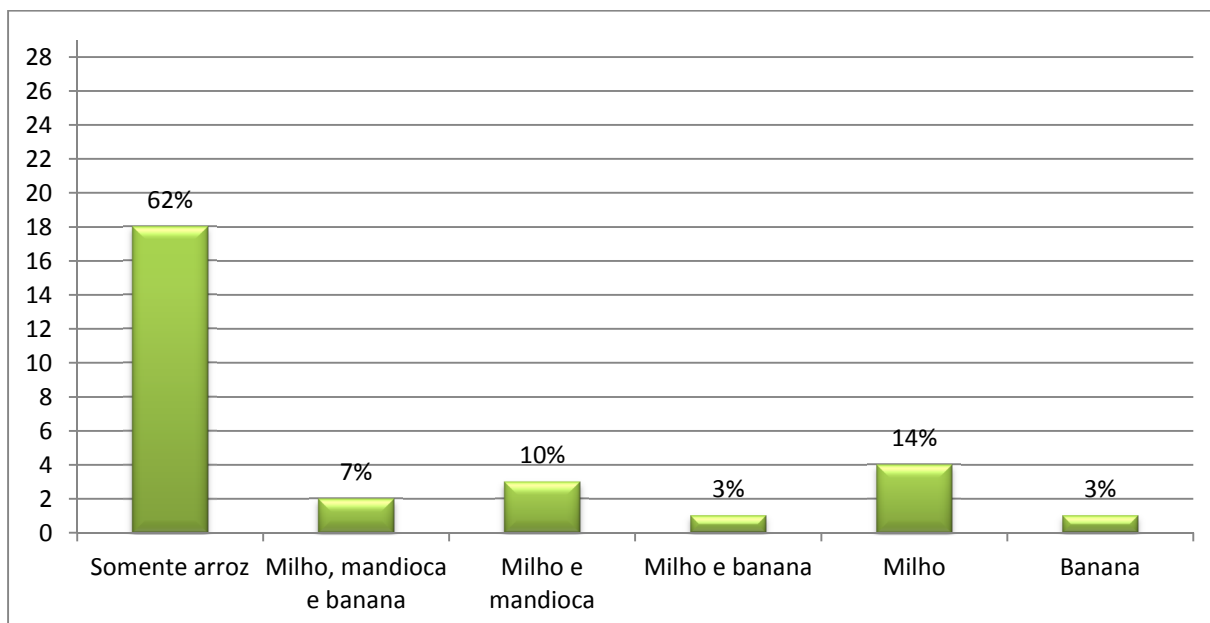


Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

De acordo com os cooperados, todos os 29 entrevistados afirmaram fazer parte somente da COOPERJA. Demonstrando sua fidelidade com a mesma, notando que todos os associados acreditam somente nesta associação para auxiliar seu negócio.

Os sócios também foram instigados se produziam outra cultural além do arroz, na qual pode-se perceber conforme Figura 9, que o arroz (62%) ainda é o item principal de produção dos mesmos.

Figura 9: Produtos cultivados além do arroz.



Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Pode-se notar que o cultivo de milho também é relevante para região, aproximadamente 35% dos cooperados afirmaram que praticam o plantio desta cultura. Analisa-se que tanto o plantio de arroz quanto o de milho são extremamente importantes para a sobrevivência dos associados, visto que de acordo com os associados, 97% afirmaram cultivar tais culturas.

É necessário também para avaliar o perfil dos associados, comparar o nível de produtividade individual com a variedade de produtos plantados, conforme demonstração da tabela 4.

Tabela 4: Variedade de Plantio x Produtividade (Arroz)

Plantio (além do arroz)	Produtividade (arroz/ha)
Somente arroz	abaixo de 125 sacas
Milho e banana	abaixo de 125 sacas
Milho e mandioca	abaixo de 125 sacas
Milho e mandioca	abaixo de 125 sacas
Milho e mandioca	abaixo de 125 sacas
Milho, mandioca e banana	abaixo de 125 sacas
Somente arroz	abaixo de 150 sacas
Somente arroz	abaixo de 150 sacas
Somente arroz	abaixo de 150 sacas
Somente arroz	abaixo de 150 sacas
Banana	abaixo de 150 sacas

Milho	abaixo de 150 sacas
Milho	abaixo de 150 sacas
Milho	abaixo de 150 sacas
Milho, mandioca e banana	abaixo de 150 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Somente arroz	abaixo de 175 sacas
Milho	abaixo de 175 sacas

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Conforme demonstra a Tabela 4, a produtividade dos associados da COOPERJA chega a variar em até 50 sacas de arroz, do mais produtivo ao menos produtivo. Nota-se que a maioria dos associados, 14 entre os 29 entrevistados, consegue em média colher até 175 sacas de arroz por hectare.

De acordo com a Tabela 4, os produtores que cultivam mais de uma cultura, são em geral menos produtivos que os cooperados que se especializaram em apenas a rizicultura. Vale salientar também que em média, os produtores que se especializaram em somente cultivar arroz, tendem a ser mais eficientes no processo.

Buscando finalizar o melhor entendimento do perfil dos cooperados, questionou-se sobre a frequência da participação em reuniões da cooperativa, de acordo com a Tabela 5.

Tabela 5: Frequência de participação dos associados nas reuniões.

Alternativa	Frequência	%
Estou presente em todas	15	51,70%
Procuro sempre participar	13	44,80%
Difícilmente participo	1	3,40%
Nunca participei das reuniões	0	0%

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Analisando a Tabela 3 de frequência de participação dos associados nas reuniões de cooperados, nota-se que mais de 50% dos sócios da cooperativa, estão presente em todas as reuniões. É válido ressaltar também a porcentagem de quase 45% de associados que procuram sempre participar das reuniões, tendo presença regular, porém com algumas faltas decorrentes.

Tal comprometimento com os assuntos da cooperativa, além de notar-se que apenas 1 dos 29 entrevistados afirmou que dificilmente participa das reuniões, proporciona uma chance de crescimento maior que uma empresa regular, visto o fato de se tratar de uma cooperativa e visa o lucro de todos.

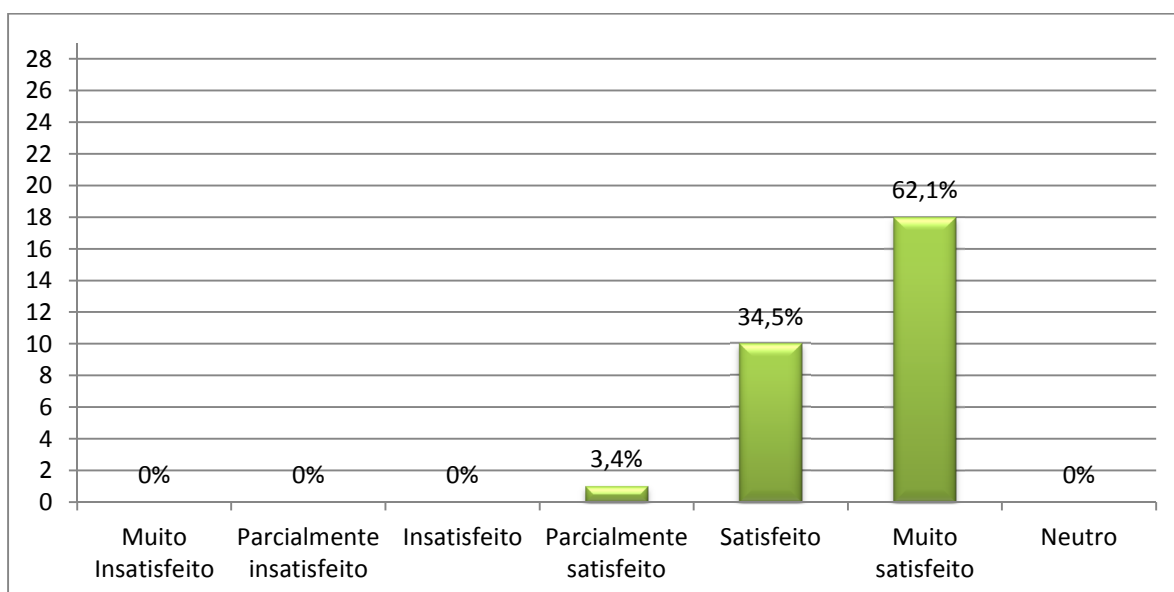
Comprometimento com a sociedade, levou ao longo dos 45 anos de existência da COOPERJA (2015) à crescer e expandir, de acordo com dados da própria cooperativa ela vem se expandindo, apresentando novos empreendimentos e garantindo assim o sucesso decorrente de anos de trabalho e dedicação para o homem do campo.

## 4.2 SATISFAÇÃO DOS COOPERADOS

A satisfação do cooperado é um tema de suma importância a fim de suprir os temas propostos pela presente pesquisa. No questionário aplicado aos associados da COOPERJA, foram solicitadas algumas respostas mediante o modo o qual os sócios sentem frente aos serviços prestados pela cooperativa.

A Figura 10 relata a satisfação dos associados mediante o preço praticado pela cooperativa de compra de insumos o quais sejam produzidos pelos sócios.

Figura 10: Satisfação do cooperado mediante preço praticado pela COOPERJA.



Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

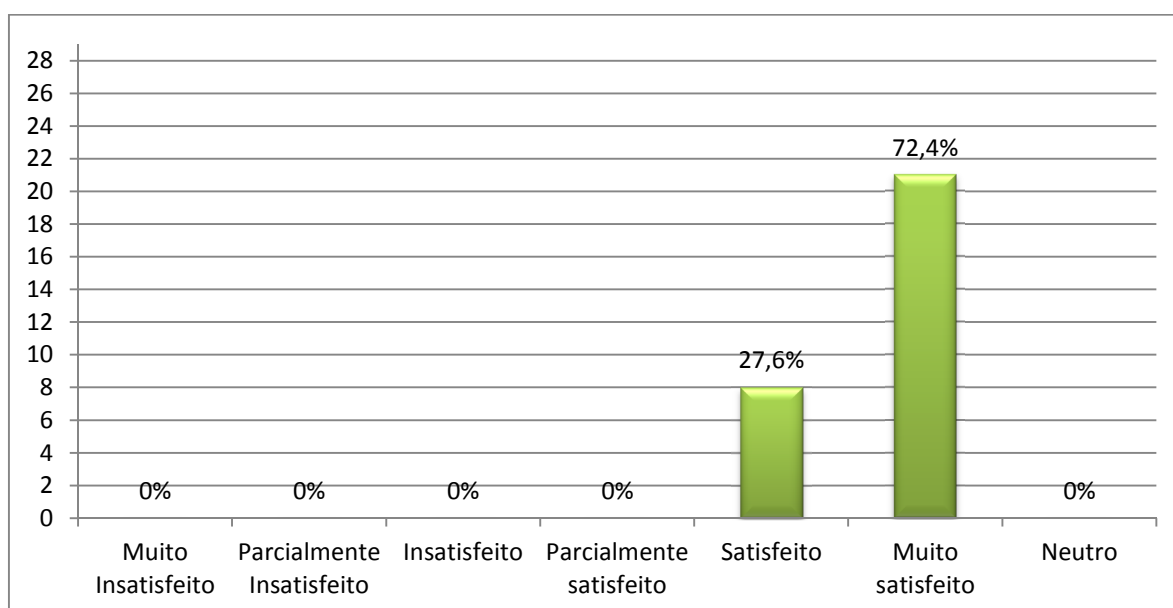
Ao analisar o a Figura 10, nota-se que nenhum dos associados da cooperativa está descontente com o preço praticado pela mesma. Nota-se que cerca de 38% dos associados acreditam que o preço praticado pela COOPERJA é justo e, apesar de acreditarem que possa ser um pouco maior, crêem que está num nível aceitável.

Percebe-se ainda que nas respostas obtidas através do questionário aplicado, aproximadamente 62% dos associados estão muito satisfeitos com os preços praticados pela cooperativa. É notável este nível de aceitação pelo fato de ser algo garantido, de acordo com os próprios associados, toda a produção terá retorno garantido, acarretando em lucro e satisfação do consumidos, neste caso, associado.

Levando em consideração as entrevistas realizadas com os cooperados, é possível definir que, em sua maioria, os associados possuem um tempo considerado de filiação e sua satisfação é relevante com relação ao retorno dado pela cooperativa. Visto que antes da COOPERJA, muitos dos agricultores necessitavam de atravessadores que os extorquiam e não havia nenhuma segurança de que sua safra teria um destino final com algum faturamento.

Além de questionar o nível de satisfação sobre os valores da COOPERJA, a entrevista também procurou abordar os serviços oferecidos pela mesma, a Figura 11 demonstra as respostas obtidas.

Figura 11: Satisfação do cooperado mediante serviços prestados pela COOPERJA.



Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

É possível observar através do Figura 11 que o nível de satisfação referente os serviços prestados pela COOPERJA é ótimo, 100% dos entrevistados acreditam quem a cooperativa está trabalhando de acordo com seus padrões de aceitação, seja ele o trabalho de agrônomos, estocagem de safra e até mesmo fornecimento de insumos para produção individual.

Segundo a Figura apresentada, quase 28% dos associados estão satisfeitos com o serviço em geral da cooperativa. Nota-se também que aproximadamente 72% dos cooperados estão muito satisfeitos com o serviço. De acordo com os entrevistados, pontos relevantes do serviço da COOPERJA são os insumos fornecidos com preços mais acessíveis e ajuda de agrônomos para maximizar a produção individual do cooperado, quanto maior e melhor for a produção de cada sócio, todos prosperarão.

No questionário sobre satisfação do cooperado também foi levantado o tópico sobre a opinião do associado sobre o modo de como a COOPERJA trata os sócios. A tabela 6 demonstra os resultados obtidos.

Tabela 6: Opinião dos cooperados perante o tratamento igualitário para todos os associados.

Alternativa	Frequência	%
Não	0	0
Sim	29	100%

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Segundo a Tabela 4 100% dos cooperados opinam que a COOPERJA trata igualdade todos os seus associados. Tal modo de agir demonstra confiança, ajuda a assegurar novos sócios e proporciona um provável crescimento.

Os associados também foram questionados sobre a qualidade de vida antes e depois da associação à COOPERJA, a tabela 8 demonstra os resultados obtidos.

Tabela 7: Melhora na qualidade de vida antes e depois de associarem-se.

Alternativa	Frequência	%
Não	0	0
Sim	29	100%

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

Nota-se que de acordo com os resultados obtidos e demonstrados na Tabela 8, todos os 29 entrevistados afirmaram que sem dúvida alguma, a qualidade de vida dos associados melhorou. De acordo com os cooperados, com o auxílio da COOPERJA, existe uma ajuda da cooperativa em relação a serviços que são extremamente necessários e no passado não havia possibilidade de o agricultor realizar tais tarefas sozinho.

Ao final da entrevista, foi solicitado aos associados que descrevessem em algumas palavras alguns pontos positivos e negativos de fazerem parte da COOPERJA. A tabela 9 demonstra os resultados obtidos.

Quadro 4: Pontos positivos e negativos em serem associados à COOPERJA.

Pontos Positivos	Pontos Negativos
Assistência técnica de agrônomos	Insumos poderiam ser mais baratos
Boa administração	
Diretoria empenhada em melhorar a vida do colono	
Disponibilização de insumos necessários	
Existência de conselhos fiscais	
Garantia de recebimento da venda	
Garantia de venda dos produtos	



Local onde armazenar	
Participação nos lucros	
Preço justo	
Reuniões para melhorias	
União	
Utiliza preço do mercado	

Fonte: Dados obtidos pela pesquisa.

A entrevista procurou deixar livre a resposta da última questão para que os associados ficassem confortáveis em exibir sua opinião. Apenas um dos 29 entrevistados encontrou um ponto negativo com relação a uma atividade desenvolvida pela COOPERJA, na qual de acordo com o cooperado o preço dos insumos fornecidos poderiam serem de menor valor. De maneira geral os entrevistados demonstraram contentamento com a cooperativa, e tal fato negativo pode ser levado como isolado, que não levaria os demais sócios a cogitarem desfazer essa sociedade.

Um dos tópicos mais citados pelos associados foi a garantia de venda dos produtos. No tempo pré-COOPERJA, os agricultores de Jacinto Machado estavam dependentes dos chamados atravessadores e das empresas privadas, o que muitas vezes significava a não garantia de venda, pagamento com um valor por saca abaixo de mercado. Com a atuação da cooperativa há uma garantia de venda, com valores reais de mercado proporcionando aos associados uma melhoria na qualidade de vida, visto que, de acordo com alguns dos entrevistados, suas vidas realmente começaram a prosperar após a criação da COOPERJA.

Um tópico importante para os agricultores de Jacinto Machado, é a garantia de um local seguro para armazenar a safra colhida. São poucos os cooperados que possuem silos próprios, é um investimento alto, portanto na época pré-Cooperja, os associados ficavam dependentes de empresas privadas onde por inúmeras vezes acabavam por serem roubados no volume de carga pela falta de controle. Atualmente os associados possuem local garantido para armazenagem com um rigoroso controle na chegada para assegurar que os produtores não terão de enfrentar tais roubos novamente.

A presença de agrônomos disponibilizados pela cooperativa proporcionou aos associados um nível maior de conhecimento, e de acordo com os cooperados, uma maior produtividade por hectare, além de maior segurança para combater os insetos e as pragas do campo.

Um dos tópicos citados foi a divisão dos lucros para os associados, porém não foi um dos tópicos mais lembrados. É possível notar que os serviços gerados pela cooperativa, como a garantia de venda, garantia de pagamento, aumento da produtividade e até disponibilização de insumos são itens mais lembrados pelos cooperados, do que a divisão dos lucros. Isto exalta o bom trabalho sendo feito, segundo os associados, ótima administração da COOPERJA, com diretores preocupados pelo bem estar do colono.

O tópico mais citado no questionário foi a união da cooperativa. Para os associados, a cooperativa é uma família, e que sempre que há desavenças e pontos a serem resolvidos e melhorados, os cooperados juntamente dos diretores realizam reuniões para o desenvolvimento da cooperativa em si, onde todos trabalham juntos para atingirem o mesmo resultado.

## 5 CONCLUSÃO

No mundo atual em que a maior parte da população reside e trabalha nas grandes metrópoles, viver, criar família e se desenvolver profissionalmente torna-se cada vez mais desafiador e apesar dos empecilhos que podem acompanhar viver e trabalhar no meio rural, o trabalho pode ser bastante gratificante e com um bom resultado desde que seja bem estruturado, acompanhado e receba uma consultoria de pessoas com um know how para as específicas áreas e situações do dia-a-dia.

As dificuldades encontradas pelos micro e pequenos produtores de arroz, tais como a concorrência dos grandes produtores, dependência de atravessadores para vender a carga e dificuldade para armazenagem da safra já foram enfrentadas pelos moradores da cidade de Jacinto Machado, entretanto, a COOPERJA vem à 45 anos atuando junto aos seus cooperados e vem melhorando a qualidade de vida dos associados e trazendo a prosperidade para sua região.

Deste modo, o presente trabalho teve como objetivo geral descobrir qual a opinião dos associados da Cooperja sobre a atuação da mesma e medir seu nível de satisfação.

Ao analisar o primeiro objetivo específico, a pesquisa procurou identificar quem eram os micro e pequenos produtores associados à cooperativa, onde de acordo com informações fornecidas pela própria COOPERJA, na cidade de Jacinto Machado existem cerca de 590 sócios com o perfil de estudo proposto pelo estudo.

Após identificar os sócios qualificados para estudo proposto, inicia-se a o próximo objetivo, o qual visava enquadrar o perfil dos sócios da COOPERJA. Nota-se que o perfil do cooperado é de predominância masculina, com idade entre 40 e 50 anos. Os sócios são casados, com renda mensal familiar de aproximadamente 4 a 10 salários mínimos dividido entre cerca de 4 moradores por residência. Percebe-se também que os associados são fiéis à cooperativa, sendo associados somente a Cooperja e com um período longo, de mais de 21 anos.

Os produtores plantam somente o arroz, sendo capazes de produzir cerca de 175 sacas por hectare. Finalizando o enquadramento do perfil dos cooperados, pode-se observar que o nível de engajamento dos associados é relativamente bom, visto de boa parte dos sócios afirmar irem a todas as reuniões da cooperativa.

O terceiro objetivo específico procurou analisar o nível de satisfação dos cooperados junto à cooperativa. É possível perceber que os associados estão muito satisfeitos tanto com os serviços prestados pela Cooperja quanto com os preços praticados pela associação. Nota-se também que os sócios acreditam que sua qualidade de vida veio a melhorar desde o momento de que decidiram fazer parte da cooperativa e também acreditam receber um tratamento igualitário perante os olhos da mesma.

Por fim dos objetivos específicos, os cooperados foram solicitados para apresentarem pontos fortes e negativos sobre fazer parte da COOPERJA. Nota-se que o ponto mais lembrado é a união da cooperativa, onde, de acordo com um dos entrevistados, a cooperativa é uma mãe e toda mãe cuida de seus filhos. Pontos relevantes também mencionados pelos cooperados foram os serviços de assistência técnica fornecido pela COOPERJA, o preço justo pago pela venda da safra e também possibilidade de armazenagem da produção, coisas que antes da associação eram difíceis e por muitas vezes impediam o crescimento dos produtores pelo fato do alto valor econômico envolvido nestas ações.

Como proposta para os produtores de Jacinto Machado e região, seria interessante para os micro e pequeno produtores procurarem se informar para fazer parte da Cooperja. De acordo com o estudo, além de ser lucrativo financeiramente, o nível de resposta sobre melhoria de qualidade de vida é algo para se considerar, também os associados se tornaram mais produtivos e juntos conseguem medir forças com a grande concorrência dos mega produtores.

Como proposta de futuras pesquisas relativas ao tema, sugere-se que se busque avaliar a visão da cooperativa referente ao cooperado e também abranger o campo de pesquisa para toda a região de Jacinto Machado, visto que na COOPERJA atualmente existem cerca de 1.220 associados e a cidade foco do estudo possui apenas aproximadamente 590.

A presente pesquisa focou-se exclusivamente em avaliar a visão dos associados da COOPERJA em relação à cooperativa. É possível que futuramente hajam estudos mais abrangentes e em outras localidades sobre o tem proposto, o que seria benéfico para ambas as partes, cooperados e cooperativa para uma possível avaliação de desempenho e aceitação do consumidos, neste caso, sócio.

Por fim, pode-se concluir que o tema releva uma suma importância para os associados da cooperativa. O nível de satisfação dos cooperados é

extremamente positivo em relação à COOPERJA. Em entrevista, cerca de 90% afirmou que devem seu crescimento econômico justamente ao fato de estarem associados à associação, afirmam que mesmo com as dificuldades encontradas para sobreviver no meio rural atualmente, é possível através de trabalho em conjunto sobressair-se e alavancar o crescimento de uma região, potencializar pequenos produtores que por vezes não tinham chance de competitividade.

## REFERÊNCIAS

CASA CIVIL. Presidência da República. **LEI Nº 5.764, DE 16 DE DEZEMBRO DE 1971.** Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l5764.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5764.htm)>. Acesso em 26 out. 2014.

COOPERE SC. Economia. **Cooperativismo é responsável por 11% do PIB de SC e reúne 1,6 milhão de famílias:** estado tem maior taxa de envolvimento populacional direto com sistema, que fatura R\$ 20 bilhões por ano, Florianópolis, Julho de 2014. Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/economia/noticia/2014/07/cooperativismo-e-responsavel-por-11-do-pib-de-sc-e-reune-1-6-milhao-de-familias-4561132.html>>. Acesso em 25 nov. 2014.

COOPERJA. A Cooperja. Histórico. **Histórico Cooperja.** Disponível em: <<http://cooperja.com.br/historico.php?id=1>>. Acesso em 15 set. 2014.

COOPERJA. Notícias. **Inauguração.** Disponível em: <<http://www.cooperja.com.br/noticia.php?id=342>>. Acesso em 10 maio 2015.

CRUZ, Paulo Sergio Alves da. **Cooperativismo:** a filosofia cooperativista e o cooperativismo no Brasil e no mundo. Rio de Janeiro: COP Editora, 2000. 112 p.  
CRUZIO, Helton de Oliveira. **Como organizar e administrar uma cooperativa:** uma alternativa para o desemprego. Rio de Janeiro: FGV, 2000. 156 p.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987. 118 p.

GOLDMAN, Steven L; NAGEL, Roger N.; PREISS, Kenneth. **Agilecompetitors:** concorrência e organizações virtuais, estratégias para valorizar o cliente. 1 ed. São Paulo: Érica, 1995. 374 p.

HAGAH RURAL. Notícias. Conteúdo: Agricultura e pesca. **Cooperativas agrícolas precisam profissionalizar sua gestão, diz especialista:** com gestão competitiva, as instituições poderão competir no mercado com outras empresas. Disponível em: <<http://www.hagah.com.br/especial/rs/agricultura-e-pecuaria/19,1646,4167572,Cooperativas-agricolas-precisam-profissionalizar-sua-gestao-diz-especialista.html>>. Acesso em 25 nov. 2014.

IBGE. **Censo Demográfico.** 2010. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=420870&search=santa-catarina|jacinto-machado|infograficos:-evolucao-populacional-e-piramide-etaria>>. Acesso em: 10 maio 2015.

IBGE. **Projeção da População do Brasil.** 2013. Disponível em: <<http://brasilensintese.ibge.gov.br/populacao/taxas-de-fecundidade-total>>. Acesso em: 10 maio 2015.

LUCIANO, Fábila Liliã. **Metodologia científica e da pesquisa**. Criciúma: Ed. Do autor, 2001. 108 p.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2 ed. São Paulo: Atlas 2009. 247 p.

MARTINS, Rosilda Baron. **Metodologia Científica: Como tornar mais agradável a elaboração de trabalhos acadêmicos**. 5. ed. Curitiba: Juruá, 2008. 278 p.

MEINEN, Ênio; PORT, Márcio. **O cooperativismo de crédito ontem, hoje e amanhã**. Brasília: CONFEBRAS, 2012. 430 p.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. Cooperativismo e associativismo. **Cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/cooperativismoassociativismo/cooperativismo>>. Acesso em 25 nov. 2014.

MÓGLIA, Luis César, et al. **Fidelidade e reciprocidade do cooperado: o caso da Carol**. CONGRESSO DA SOBER. Vol. 42. 2004

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS - OCB. Estatísticas. **Cresce número de pessoas ligadas ao cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.ocb.org.br/site/ramos/estatisticas.asp>>. Acesso em 25 nov. 2014.

PERIUS, Vergílio Frederico. **Cooperativismo e Lei**. São Leopoldo: UNISINOS, 2001. 351 p.

PINHO, Diva Benevides. **O Cooperativismo no Brasil: de vertente pioneira à vertente solidária**. São Paulo: Saraiva, 2004. 358 p.

PORTAL BAIANO DAS COOPERATIVAS. OCEB. **História do Cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.bahiaoperativo.coop.br/historia-do-cooperativismo.php>>. Acesso em 15 set. 2014.

RECH, Daniel. **Cooperativas: uma alternativa de organização popular**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000. 192 p.

RELATÓRIO da **gerência de monitoramento: “panorama do cooperativismo brasileiro - ano 2011”**. 2012.16 f. Relatório de pesquisa e estudo de campo. Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo. Disponível em: <[http://www.brasilcooperativo.coop.br/gerenciador/ba/arquivos/panorama\\_do\\_cooperativismo\\_brasileiro\\_\\_\\_2011.pdf](http://www.brasilcooperativo.coop.br/gerenciador/ba/arquivos/panorama_do_cooperativismo_brasileiro___2011.pdf)>. Acesso em 25 nov. 2014.

RIBEIRO, M.C; BELLUCA, F. B.; PIZZINATTO, N. K. Foco no cliente: pressupostos e imperativos básicos. In: PIZZINATTO, NadiaKassouf. **Marketing: focado na cadeia de clientes**. São Paulo: Atlas, 2005. 35 – 52.

RIBEIRO, Áurea; FLEURY, Ângela. **Marketing e serviços: que ainda fazem a diferença**. São Paulo: Saraiva, 2006. 215 p.

RIBEIRO, M.C.; PIZZANATTO, N. K. Foco no cliente e qualidade total. In: PIZZINATTO, NadiaKassouf. **Marketing: focado na cadeia de clientes**. São Paulo: Atlas, 2005. 23 – 34

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Santa Catarina em Números: Jacinto Machado**. Florianópolis: SEBRAE, 2013. 131 p. Disponível em: < [https://atendimento.sebrae-sc.com.br/projetos/porta1\\_sebrae-sc/uploads/pdfs-municipios/relatorio-municipal-jacinto-machado.pdf](https://atendimento.sebrae-sc.com.br/projetos/porta1_sebrae-sc/uploads/pdfs-municipios/relatorio-municipal-jacinto-machado.pdf) >. Acesso em: 10 maio 2015.

SESCOOP. Cooperativismo. **O que é Cooperativismo?** Disponível em: <[http://www.sescoopap.coop.br/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=47&Itemid=40](http://www.sescoopap.coop.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=40)>. Acesso em 15 set. 2014.

SICOOB COOPEMA. Institucional. **Cooperativismo**. Disponível em: <<http://www.sicoobcoopemata.com.br/institucional/cooperativismo>>. Acesso em 25 nov. 2014.

SIMONI, Flavio José Et al. **Lealdade e oportunismo nas cooperativas: desafios e mudanças na gestão**. Revista de Economia e Sociologia Rural. Brasília. vol. 47 no.3. Julho / Setembro 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20032009000300010&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20032009000300010&script=sci_arttext)>. Acesso em 25 nov. 2014.

SINDICATO E ORGAIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS DO ESTADO DO AMAPÁ. **O que é cooperativismo**. Disponível em: <[http://www.sescoop-ap.coop.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=47&Itemid=40](http://www.sescoop-ap.coop.br/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=40)>. Acesso em 26 nov. 2014.

SINGER, Paul. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002. 127 p.

VEIGA, Sandra Mayrink; FONSECA, Isaque. **Cooperativismo: uma revolução pacífica em ação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. 112 p.

WELLINGTON, Patricia. **Estratégias kaizen para atendimento ao cliente**. São Paulo: Educator, 1998. 235 p

WHITELEY, Richard C. **A empresa totalmente voltada para o cliente: do planejamento à ação**. 24 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 1992. 263 p.



## APÊNDICES



**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO - LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA**  
**EM COMÉRCIO EXTERIOR**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ASSOCIADOS À COOPERATIVA AGRÍCOLA**  
**DE JACINTO MACHADO: COOPERJA**

**Sobre o perfil do entrevistado:**

1) Qual o bairro onde o entrevistado reside?

---

2) Qual o sexo do entrevistado?

( ) Masculino

( ) Feminino

3) Qual a idade do entrevistado?

( ) de 18 a 25 anos

( ) de 26 a 30 anos

( ) de 31 a 35 anos

( ) de 36 a 40 anos

( ) de 41 a 45 anos

( ) de 46 a 50 anos

( ) de 51 a 55 anos

( ) de 56 a 60 anos

( ) acima de 61 anos

4) Estado civil do entrevistado?

( ) Solteiro

- ☐ Casado
  - ☐ Divorciado
  - ☐ Viúvo
- 5) Quantas pessoas moram na casa do entrevistado? (contando com o entrevistado)
- ☐ 1
  - ☐ 2
  - ☐ 3
  - ☐ 4
  - ☐ 5
  - ☐ acima de 5 pessoas: \_\_\_\_\_
- 6) Qual a renda familiar mensal?
- ☐ 1 a 3 salários mínimos
  - ☐ 4 a 6 salários mínimos
  - ☐ 7 a 10 salários mínimos
  - ☐ 10 a 15 salários mínimos
  - ☐ Acima de 16 salários mínimos
- 7) Há quanto tempo o entrevistado é sócio da COOPERJA?
- ☐ 1 a 5 anos
  - ☐ 6 a 10 anos
  - ☐ 11 a 15 anos
  - ☐ 16 a 20 anos
  - ☐ Acima de 21 anos
- 8) O entrevistado faz parte de outra cooperativa? Caso sim, qual?
- ☐ Não
  - ☐ Sim: \_\_\_\_\_
- 9) O entrevistado cultiva somente arroz? Caso plante outro produto, qual (ais) seria(m)?

- ( ) Sim  
( ) Não: \_\_\_\_\_

10) Qual a média de sacas de arroz produzidas por hectare?

- ( ) Abaixo de 50 sacas  
( ) abaixo de 75 sacas  
( ) abaixo de 100 sacas  
( ) abaixo de 125 sacas  
( ) abaixo de 150 sacas  
( ) abaixo de 175 sacas  
( ) acima de 176 sacas

11) Com que frequência você participa das reuniões da cooperativa?

- ( ) Estou presente em todas  
( ) Procuro sempre participar  
( ) Dificilmente participo  
( ) Nunca participei das reuniões

**Sobre a satisfação do entrevistado:**

12) Qual o nível de satisfação do entrevistado com o preço praticado pela COOPERJA?

- ( ) Muito Insatisfeito  
( ) Parcialmente insatisfeito  
( ) Insatisfeito  
( ) Parcialmente satisfeito  
( ) Satisfeito  
( ) Muito satisfeito  
( ) Neutro

13) Qual o nível de satisfação do entrevistado com os serviços da COOPERJA?

- ( ) Muito Insatisfeito  
( ) Parcialmente Insatisfeito  
( ) Insatisfeito

- ☐ Parcialmente satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Muito satisfeito
- ☐ Neutro

14) Em sua opinião, a cooperativa trata com igualdade todos os associados?

- ☐ Não
- ☐ Sim

15) Você acredita que sua qualidade de vida melhorou, após se associar à COOPERJA?

- ☐ Não
- ☐ Sim

16) Escreva num texto curto, quais são os pontos positivos e negativos de fazer parte de uma cooperativa:

---

---

---

---

---